

LAPORAN AKHIR
STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK
PERTAMINA DEX PT PERTAMINA PATRA NIAGA
REGIONAL II KOTA PALEMBANG

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Ujian Komprehensif Progam
Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya



Oleh:

EVITA PUTRI TRI WAHYUNI

01020582226022

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG

2025

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK PERTAMINA DEX
PT PERTAMINA PATRA NIAGA REGIONAL II KOTA PALEMBANG

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat Ujian Komprehensif

Program Diploma III Fakultas Ekonomi

Universitas Sriwijaya

Oleh:

Evita Putri Tri Wahyuni

01020582226022



Palembang, 10 Juli 2025
Disetujui,
Dosen Pembimbing Laporan



Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., MBA.
NIP. 198106302014092003

KETERANGAN

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2025

KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Evita Putri Tri Wahyuni
NIM : 01020582226022
Program Studi : Kesekretariatan (Diploma III)
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Telah Menyelesaikan praktek kerja/magang pada semester V Program Diploma III
Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Palembang, 10 Juli 2025

Koordinator Program Studi
Diploma III Kesekretariatan



Dr. Welly Nalis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI

PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

PALEMBANG

2025

PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Evita Putri Tri Wahyuni
NIM : 01020582226022
Program Studi : Kesekretariatan (Diploma III)
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan : Strategi Bauran Pemasaran Produk Pertamina Dex
PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang.

Palembang, 10 Juli 2025
Disetujui,
Dosen Pembimbing Laporan

Mengetahui,
Koordinator Program Studi

Dr. Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011


Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., MBA.
NIP. 198106302014092003

TANDA PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2025

TANDA PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Evita Putri Tri Wahyuni
NIM : 01020582226022
Program Studi : Kesekretariatan (Diploma III)
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan : Strategi Bauran Pemasaran Produk Pertamina Dex
PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang

Palembang, 10 Juli 2025
Disetujui,
Dosen Pembimbing Laporan



Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., MBA.
NIP. 198106302014092003

TANDA PERSETUJUAN JUDUL LAPORAN AKHIR

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2025**

TANDA PERSETUJUAN JUDUL LAPORAN AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Evita Putri Tri Wahyuni
NIM : 01020582226022
Program Studi : Kesekretariatan (Diploma III)
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan : Strategi Bauran Pemasaran Produk Pertamina Dex
PT.Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang

Mahasiswa tersebut telah memenuhi persyaratan dan dapat mengikuti Ujian
Laporan Akhir pada Tahun Akademik 2025.

Palembang, 10 Juli 2025
Dosen Pembimbing Laporan Akhir



**Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., MBA.
NIP. 198106302014092003**

LEMBAR REKOMENDASI UJIAN LAPORAN AKHIR

LEMBAR REKOMENDASI UJIAN LAPORAN AKHIR

Pembimbing Laporan Akhir memberikan rekomendasi kepada:

Nama : Evita Putri Tri Wahyuni
NIM : 01020582226022
Prodi/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan : Strategi Bauran Pemasaran Produk Pertamina Dex
PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang

Mahasiswa tersebut telah memenuhi persyaratan dan dapat mengikuti Ujian Laporan Akhir pada Tahun Akademik 2024/2025.

Palembang, 10 Juli 2025
Dosen Pembimbing Laporan Akhir



Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., MBA.
NIP. 198106302014092003

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Evita Putri Tri Wahyuni

Nim : 01020582226022

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Kesekretariatan

Konsentrasi : Manajemen pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan akhir yang berjudul :

STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK PERTAMINA DEX P T
PERTAMINA PATRA NIAGA REGIONAL II KOTA PALEMBANG

Pembimbing : Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., MBA.

Dosen Penguji : Hera Febria Mavilinda., SE., M.Si

Tanggal Ujian : 03 Juli 2025

Adalah benar hasil karya sendiri. Dalam Laporan Akhir ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar ke ahli madyaan.

Palembang, 10 Juli 2025

METERAN
TEMPEL
CBEAMX381273932
Evita Putri Tri Wahyuni
0102058222602

ABSTRAK

ABSTRAK

Pada setiap perusahaan memerlukan bauran pemasaran yang dirancang dengan strategi dan inovasi tertentu untuk memastikan keberlangsungan perusahaan dalam jangka Panjang. PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan pemasaran energi khususnya bahan bakar minyak (BBM). Strategi bauran pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam mencapai tujuan pemasaran dan memperkuat posisi pasar perusahaan. Laporan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada produk Pertamina Dex di PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang. Hasil pada laporan menunjukkan bahwa Pertamina Dex memiliki keunggulan dalam hal kualitas produk dengan kandungan sulfur yang rendah dan memenuhi standar EURO 4, namun harga yang tinggi dibandingkan bahan bakar diesel lain menjadi tantangan bagi konsumen yang sensitive terhadap harga. Jaringan distribusi PT Pertamina Patra Niaga memang luas, namun ketersediaan Pertamina Dex di beberapa SPBU di Kota Palembang masih terbatas. Promosi melalui platform digital seperti MyPertamina, Instagram, Tiktok cukup efektif untuk menjangkau audiens muda, namun masih terbatas untuk segmen lain yang kurang aktif di media sosial. Saran PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang untuk memperluas distribusi dan menjangkau daerah dengan permintaan tinggi namun terbatas, serta peningkatan infrastruktur dan fasilitas di SPBU yang belum mendukung produk Pertamina Dex.

Kata Kunci: Pemasaran, Strategi Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Distribusi

Palembang, 10 Juli 2025

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Diponegoro II Kesekretariatan

Disetujui,
Dosen Pembimbing Laporan




Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., MBA.
NIP. 198106302014092003

ABSTRACT

ABSTRACT

Every company requires a marketing mix designed with specific strategies and innovations to ensure long-term sustainability. PT. Pertamina Patra Niaga Regional II in Palembang is one of the companies operating in the distribution and marketing of energy, particularly fuel oil (BBM). The marketing mix strategy plays a crucial role in achieving marketing objectives and strengthening the company's market position. This report aims to examine how the marketing mix strategy is implemented for the Pertamina Dex product at PT. Pertamina Patra Niaga Regional II in Palembang. The findings show that Pertamina Dex has a competitive advantage in product quality with low sulfur content, meeting EURO 4 standards. However, its higher price compared to other diesel fuels presents a challenge for price-sensitive consumers. While PT. Pertamina Patra Niaga has an extensive distribution network, the availability of Pertamina Dex at several gas stations in Palembang remains limited. Promotion through digital platforms such as MyPertamina, Instagram, and TikTok has been effective in reaching younger audiences, but it is still limited for other segments that are less active on social media. It is recommended that PT. Pertamina Patra Niaga Regional II in Palembang expand distribution to areas with high demand but limited availability, as well as improve infrastructure and facilities at gas stations that do not yet support Pertamina Dex."

Keywords: Marketing, Marketing Mix Strategy, Product, Price, Place, Promotion, Distribution

Palembang, 10 July 2025

Supervisor,

Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., MBA.
NIP. 198106302014092003

Acknowledge
Head Of The Secretarial
Study Program, Diploma III



Dr. Yenny Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran kepada penulis dalam Menyusun laporan akhir yang berjudul **“Strategi Bauran Pemasaran Produk Pertamina Dex PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang”**. Penulis melakukan penulisan laporan akhir ini dibuat sebagai hasil pertanggung jawaban atas praktik kerja lapangan yang telah dilaksanakan selama lima bulan di PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang. Laporan ini juga ditunjukkan untuk memenuhi syarat kelulusan.

Dalam Menyusun laporan akhir ini, penulis telah banyak memperoleh bimbingan, bantuan serta dorongan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan laporan akhir ini, untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT karena telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menjalankan Pendidikan, magang, sampai menyelesaikan laporan akhir dengan lancar tanpa adanya hambatan.
2. Kepada kedua Orang tua penulis, Bapak Herry dan Ibu Asni yang selalu mendoakan, memberi semangat, dukungan, kasih sayang yang tiada henti diberikan, serta pengorbanan yang tak terhingga baik dari segi moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini.
3. Bapak Welly Nailis, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Kesekretariatan Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

4. Ibu Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., MBA. Selaku Dosen Pembimbing Magang yang telah sabar membimbing serta meberikan banyak masukan selama proses bimbingan berlangsung.
5. Ibu Hera Febria Mailinda, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf di lingkungan Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberi ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.
7. PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang, dr. Maharani selaku Manager Medical Area Sumbagsel dan seluruh staf fungsi Medical yang telah memberikan pengalaman berharga, bantuan, ilmu, arahan, serta saran selama proses magang berlangsung.
8. Kepada kedua Kakak tersayang penulis, Anita dan Selpin yang selalu memberikan nasihat, doa, arahan, motivasi, serta menjadi pendengar yang baik, dan selalu memberikan support yang tiada henti baik secara moral maupun material. Juga kedua Adik penulis yang sangat dicintai Zahra dan Kenzo yang selalu memberikan kebahagiaan dan keceriaan setiap harinya. Terima kasih atas kasih sayang yang tulus dan kebersamaan yang penuh arti.
9. Kepada teman SMK penulis yang selalu setia mendengarkan keluh kesah penulis serta terima kasih atas dukungannya dan selalu ada dalam suka maupun duka.
10. Kepada teman-teman seperjuangan Program Studi Kesekretariatan dan juga sahabat Devinda, Dina, Salsa, Ara, Alek yang telah menemani proses dari

awal perkuliahan hingga akhir semester. Terima kasih atas kebersamaannya selama memulai proses perkuliahan hingga pelaksanaan magang, memberikan dukungan dan semangat.

11. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu menyelesaikan Laporan Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini memiliki banyak kekurangan dan belum mencapai kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap semoga Laporan Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan kita semua.

Palembang, 10 Juli 2025

Penulis,

Evita Putri Tri Wahyuni

Nim : 01020582226022

MOTTO

“ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Maka bersabarlah, sesungguhnya janji Allah itu benar dan janganlah orang-orang yang tidak yakin meremehkan (janji-Nya)”

(Q.S. Ar-Rum: 60)

Kupersembahkan untuk :

- Kedua Orang Tuaku
- Saudaraku
- Sahabat dan Temanku
- Almamater

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR	iii
TANDA PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR	iv
TANDA PERSETUJUAN JUDUL LAPORAN AKHIR.....	v
LEMBAR REKOMENDASI UJIAN LAPORAN AKHIR	vi
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
MOTTO	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Pengamatan.....	7
1.3 Tujuan Penulisan	7
1.4 Manfaat Penulisan	8
BAB II	9
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	9
2.1 Sejarah singkat PT Pertamina Patra Niaga	9
2.1.1 Makna dan Logo PT.Pertamina Patra Niaga.....	11
2.1.2 Visi dan Misi	12
2.1.3 Tata Nilai AKHLAK.....	13
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	14
2.3 Tugas dan Wewenang.....	15
2.3.1 Tugas dan Wewenang Komisaris Utama dan Komisaris	15
2.3.2 Tugas Direktur	15

2.3.3 Wewenang Direktur.....	16
2.3.4 Tugas Direktur Regional Pemasaran	16
2.3.5 Tugas Direktur Pemasaran Pusat	16
2.3.6 Tugas Direktur Rekayasa & Infrastruktur	17
2.3.7 Tugas Direktur SDM & Penunjang Bisnis	17
2.3.8 Tujuan Direktur Keuangan	17
BAB III.....	18
LAPORAN PELAKSANAAN MAGANG	18
3.1 Deskripsi Fokus Pengamatan.....	18
3.1.1 Uraian Kegiatan Magang	18
3.1.2 Pengertian Pemasaran.....	26
3.1.3 Bauran Pemasaran.....	27
3.2 Analisa dan Pembahasan Masalah	30
3.2.1 Produk (<i>Product</i>)	30
3.2.2 Harga (<i>Price</i>)	33
3.2.3 Tempat (<i>Place</i>).....	34
3.2.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	36
3.2.5 Pembahasan Masalah	39
BAB IV	44
KESIMPULAN DAN SARAN	44
4.1 Kesimpulan.....	44
4.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Bauran Pemasaran Dex Series	5
Tabel 3. 1 Uraian Kegiatan Magang	18
Tabel 3. 2 Harga Pertamina Dex Seluruh Provinsi.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo PT.Pertamina (Persero) Tbk.....	11
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Komisaris	14
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Dewan Direksi.....	14
Gambar 3. 1 Contoh promo di aplikasi MyPertamina.....	37
Gambar 3. 2 Contoh promo di aplikasi MyPertamina.....	37
Gambar 3. 3 Akun Instagram PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang.....	38
Gambar 3. 4 Akun Tiktok PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Agenda Konsultasi Bimbingan Laporan Akhir	50
Lampiran 2 Daftar Hadir Mahasiswa Magang Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya	51
Lampiran 3 Kartu Praktek/ Magang Mahasiswa	52
Lampiran 4 Daftar Penilaian Pembimbing Magang PT Pertamina Patra Niaga Region II Kota Palembang	57
Lampiran 5 Surat Balasan Persetujuan Magang PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang	58
Lampiran 6 Sertifikat Praktek Magang Dari PT Pertamina Patra Niaga Region II Kota Palembang	59
Lampiran 7 Dokumentasi Magang.....	60

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minyak dan gas (migas) merupakan salah satu sumber daya alam (SDA) yang menghasilkan energi dan dibutuhkan dalam kehidupan manusia saat ini. Energi berperan sangat penting untuk kehidupan dikarenakan hampir semua kegiatan manusia memerlukan energi. Produk yang berasal dari minyak bumi diperlukan dalam kegiatan sehari-hari yaitu, bensin, *aviation turbine fuel* (avtur), *Liquified Petroleum Gases* (LPG), minyak pelumas, bahan bakar diesel, aspal, kerosin, dan lainnya (Rahmayanti et al., 2021).

Hingga tahun 2050 energi fosil masih jadi sumber utama dalam penyediaan energi primer di Indonesia. Berdasarkan proyeksi penggunaannya terus meningkat sebanyak 407 juta TOE dalam scenario BaU dan 448 juta CP. Walaupun jumlah terus naik, presentase energi fosil dibandingkan total energi primer justru menurun, yaitu menjadi 88% pada scenario BAU dan 69% pada scenario CP. Penggunaan minyak bumi diprediksi mengalami penurunan, tetapi kontribusinya tetap signifikan hingga tahun 2050. Sementara itu, pasokan gas bumi diproyeksikan mengalami peningkatan setiap tahunnya, meskipun persentasenya sempat mengalami penurunan sedikit hingga tahun 2030. Kedua scenario ini menunjukkan bahwa sektor minyak dan gas (migas) tetap jadi pilar penting dalam penyediaan energi primer nasional. Oleh karena itu, pemerintah perlu Menyusun strategi yang tepat untuk mengelola sektor migas kedepannya (Setyono & Kiono, 2021).

Bertambahnya jumlah penduduk setiap tahun dapat memicu berbagai dampak baik dan buruk dalam kehidupan masyarakat, termasuk meningkatnya kebutuhan energi. Penggunaan energi mencakup sektor rumah tangga, transportasi, dan industri. Peningkatan jumlah penduduk membuat permintaan terhadap energi terus bertambah. Dalam hal ini bahan bakar minyak (BBM) menjadi salah satu sumber energi yang paling dibutuhkan oleh masyarakat di Indonesia. BBM sangat dibutuhkan karena mendukung aktivitas masyarakat seperti transportasi maupun mengoperasikan mesin pendukung pekerjaan (Tambunan et al., 2022).

Migas juga digunakan untuk produk obat-obatan, kimia, pelarut, pestisida, dan plastik. Migas sangat dibutuhkan hampir diseluruh industri, sebagai produk yang berperan penting membuat pemerintah RI menetapkan peraturan perundang-undangan dengan instrumen pelaksanaannya. Peraturan pengelolaan industri ini mengatur aktivitas usaha kegiatan hulu dan hilir. Di Indonesia minyak dan gas sudah diatur melalui UU nomor 22 Tahun 2001 perihal Migas (Mahardhika, 2023).

Di negara maju, negara berkembang, maupun negara miskin BBM sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. BBM termasuk kebutuhan pokok yang penting untuk kehidupan masyarakat digunakan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, usaha, dan transportasi oleh karena itu pemerintah ikut menentukan harga dan menjamin ketersediaannya. Pemerintah juga menyediakan BBM subsidi untuk masyarakat yaitu biosolar dan pertalite. BBM adalah kebutuhan dasar didalam transportasi dan industri diseluruh dunia. BBM mengalami kelangkaan dikarenakan tingginya permintaan masyarakat, Sumber daya alam (SDA) mengalami penurunan dikarenakan kebutuhan yang semakin tinggi. PT

Pertamina (Persero) melakukan strategi pemasaran agar masyarakat beralih menggunakan BBM non-subsidi. Tingginya tingkat persaingan di sektor ritel yang membuat Pertamina menerapkan beberapa strategi pemasaran untuk mempertahankan posisinya di pasar dan tetap kompetitif, salah satu upaya pemasaran yang dilakukan PT Pertamina (Persero) untuk memasarkan BBM non-subsidi adalah melalui program berkah energi Pertamina agar konsumen tertarik menggunakan BBM non subsidi dibandingkan BBM bersubsidi (Dyah Paraswati & Lintong, 2018).

PT Pertamina (Persero) merupakan perusahaan energi nasional yang menjalankan bisnis di berbagai sektor penting seperti produksi minyak dan gas bumi (hulu migas), pengolahan minyak mentah menjadi produk jadi di kilang, distribusi bahan bakar melalui stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU).

PT Pertamina (Persero) menyediakan empat produk BBM yaitu Pertalite, Pertamax, Pertamax green, Pertamax turbo, PT Pertamina (Persero) juga menyediakan BBM diesel yaitu Pertamina Dex, Biosolar, dan Dexlite,

Pertamina Dex merupakan bahan bakar diesel non subsidi dibuat khusus untuk mendukung perkembangan teknologi kendaraan diesel modern. Bahan bakar ini dirancang untuk memberikan performa terbaik pada mesin diesel yang canggih dan ramah lingkungan. Pertamina Dex memiliki angka *cetane* tertinggi di antara produk solar lainnya, yaitu 53 yang menunjukkan kualitas pembakaran yang baik. Selain itu, kandungan sulfur dalam Pertamina Dex cukup rendah yaitu maksimal 300 ppm sehingga lebih ramah lingkungan dan memenuhi standar EURO 4 yang

mampu mengurangi emisi karbon sehingga lebih mendukung untuk menjaga kelestarian lingkungan (Iwana, 2024).

Angka *cetane* menunjukkan bahwa Pertamina Dex diproduksi melalui proses penyulingan yang sangat baik, menghasilkan bahan bakar dengan kualitas jernih dan kandungan sulfur yang rendah. Proses ini juga telah mendapatkan pengakuan resmi dari Lembaga standarisasi diesel. Selain itu, kandungan sulfur angka rendah juga membantu menjaga daya tahan mesin dan membuat mesin lebih kuat dan awet saat digunakan untuk melewati berbagai jenis medan jalan. Angka *cetane* tinggi indikator kemurnian solar yang tinggi menjaga kinerja mesin lebih optimal, tangguh, dan bertenaga (Iwana, 2024).

Sebagai Langkah untuk meningkatkan efisiensi dan fokus dalam bisnisnya PT Pertamina (Persero) membentuk PT Pertamina Patra Niaga sebagai subholding. Bertanggung jawab dalam bisnis hilir meliputi penerimaan, penyaluran, penimbunan LPG, petrokimia, pelumas serta BBM guna memenuhi kebutuhan masyarakat di dalam ataupun di luar negeri. Lancarnya penyaluran energi mencakup berbagai sektor seperti penerbangan, ritel, maritim hingga industri yang di dukung PT Pertamina Patra Niaga, memiliki visi menjadi perusahaan energi kelas dunia.

Bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), Promosi (Promotion) yang sangat berperan penting pada keadaan persaingan yang semakin tinggi dalam perkembangan dan permintaan barang dan jasa (Selang et al., 2013). Menurut Kotler, P., & Keller, (2019), Bauran pemasaran

adalah serangkaian alat pemasaran (*marketing mix*) yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam pasar sasaran. Menurut Buchari Alma, (2016), Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah suatu strategi kegiatan pemasaran agar kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan. Jadi bauran pemasaran adalah strategi kegiatan pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu *product*, *price*, *place*, *promosi*. Bauran pemasaran membantu perusahaan bersaing lebih baik di tengah permintaan barang dan jasa yang terus meningkat, dan memastikan hasil yang memuaskan untuk konsumen dan perusahaan. PT Pertamina Patra Niaga Regional II selama ini telah melakukan strategi bauran pemasaran produk Dex series sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Bauran Pemasaran Dex Series

No	Marketing Mix	Pertamina Dex	Dexlite
1	Product	Pertamina Dex merupakan bahan bakar diesel non subsidi dengan angka cetane 53 dan kandungan sulfur maksimal 300 ppm. Produk ini ditunjukan untuk kendaraan diesel dengan mesin berkapasitas besar yang memerlukan performa tinggi dan efisiensi optimal.	Dexlite merupakan bahan bakar diesel non subsidi dengan angka cetane 51 dan kandungan sulfur maksimal 1.200 ppm. Produk ini dirancang untuk kendaraan diesel dengan mesin berkapasitas menengah hingga besar, seperti truk dan SUV.

2	Price	Pertamina Dex memiliki harga lebih tinggi dibandingkan Dexlite yang ditunjukan untuk kendaraan diesel premium, harga ini sebanding dengan kualitas dan performa yang diberikan.	Dexlite menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan Pertamina Dex menjadikannya pilihan yang lebih ekonomis bagi konsumen yang membutuhkan bahan bakar untuk penggunaan diesel harian yang berkualitas dan harga lebih rendah
3	Place	Pertamina Dex tersedia di beberapa SPBU Kota Palembang	Dexlite tersedia di beberapa SPBU Kota Palembang
4	Promotion	Promosi Pertamina Dex dilakukan melalui iklan, Sponsor acara otomotif, dan program edukasi kepada konsumen mengenai manfaat penggunaan bahan bakar berkualitas tinggi.	Promosi Dexlite melalui iklan, promosi di SPBU, dan program loyalitas pelanggan untuk meningkatkan kesadaran dan penggunaan produk.

Sumber : Pertamina Retail. (2021, Maret 29). Kenali Perta Series

dan Dex Series BBM berkualitas untuk kendaraanmu.

***Pertamina Retail*. [https://pertaminaretail.com/2021/03/29/](https://pertaminaretail.com/2021/03/29/kenali-perta-series-dan-dex-series-bbm-berkualitas-untuk-kendaraanmu/)**

[kenali-perta-series-dan-dex-series-bbm-berkualitas-untuk-kendaraanmu/](https://pertaminaretail.com/2021/03/29/kenali-perta-series-dan-dex-series-bbm-berkualitas-untuk-kendaraanmu/)

PT Pertamina Patra Niaga Regional II adalah anak perusahaan PT Pertamina (Persero) bergerak di bidang hilir migas yang merupakan perusahaan milik negara (BUMN) yang berlokasi di Jalan Jendral Ahmad Yan, 9/10 Ulu, Kec, Sebrang Ulu II, Kota Palembang, Sumatra Selatan 30116. PT Pertamina Patra Niaga Regional II mengelola perindustrian dan penyediaan BBM di area sumbagsel, perkantoran

BUMN ataupun perusahaan SWASTA biasanya membutuhkan BBM solar non subsidi dari PT Pertamina Patra Niaga Regional II.

Kegiatan usaha lainnya yaitu Pengelolaan BBM, Perdagangan BBM, Pengelolaan armada/fleet, Pengelolaan depot, Teknologi dan perdagangan non BBM. Dari penjelasan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk Menyusun tugas akhir dengan judul **“Strategi Bauran Pemasaran Produk Pertamina Dex PT Pertamina Patra Niaga Region II Kota Palembang”**.

1.2 Fokus Pengamatan

Fokus pengamatan adalah suatu rangkaian bentuk susunan permasalahan yang dijelaskan sebagai pokok pembahasan di dalam suatu topik penelitian. Melalui fokus pengamatan ini, penulis mengambil fokus yaitu Strategi Bauran Pemasaran Produk Pertamina Dex PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang. Bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Bauran Pemasaran PT Pertamina Patra Niaga.

1.3 Tujuan Penulisan

Bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Bauran Pemasaran PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang.

1.4 Manfaat Penulisan

Manfaat dari hasil penelitian penulisan laporan akhir ini adalah :

1. Bagi Penulis

- a. Untuk menambah wawasan dan pengalaman penulis agar dapat memahami lebih dalam tentang dunia kerja dan untuk memenuhi syarat kelulusan yaitu dengan memenuhi tugas akhir.
- b. Memahami Bauran Pemasaran yang diterapkan oleh PT. Pertamina Patra Niaga Region II Kota Palembang.

2. Bagi perusahaan

Sebagai Informasi atau masukan bagi PT. Pertamina Patra Niaga Region II Kota Palembang diharapkan bisa bermanfaat dalam meningkatkan pemasaran agar dapat mencapai penjualan yang maksimal.

3. Bagi Mahasiswa Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya

Sebagai salah satu bentuk Kerjasama dalam bidang akademik antara Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya dan pihak PT Pertamina Patra Niaga Regional II Kota Palembang agar dapat menambah wawasan rekan mahasiswa untuk mengetahui prosedur penyusunan laporan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Cappenberg, A. D. (2017). Pengaruh Penggunaan Bahan Bakar Solar, Biosolar Dan Pertamina Dex Terhadap Prestasi Motor Diesel Silinder Tunggal. *Jurnal Konversi Energi Dan Manufaktur*, 4(2), 70–74.
<https://doi.org/10.21009/jkem.4.2.3>
- Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, & Sofiana Jelita. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81.
<https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- Dyah Paraswati, S., & Lintong, D. N. (2018). IPTEKS STRATEGI PEMASARAN BBM NON SUBSIDI PADA PT PERTAMINA (PERSERO) BRANCH MARKETING SULUTENGGO REGION VII. In *Jurnal Ipteks Akuntansi bagi Masyarakat* (Vol. 02, Issue 02).
- Iwana, D. P. (2024). *Harga Pertamina Dex dan 3 Unggulan Utamanya*.
<https://solarindustri.com/blog/pertamina-dex/>
- Kotler, P. Amstrong, G. (2024). Principles of Marketing (15th Global Edition). In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts* (15th Global). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Mahardhika, K. (2023). *Mengenal Minyak dan Gas (Migas) dan Industrinya*.
[https://solarindustri.com/blog/migas-minyak-dan-gas/#:~:text=Minyak dan gas \(migas\) adalah,simak bersama penjelasan berikut ini.](https://solarindustri.com/blog/migas-minyak-dan-gas/#:~:text=Minyak dan gas (migas) adalah,simak bersama penjelasan berikut ini.)

- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Ode, L., Munggaran, T., & Rosyada, Z. F. (n.d.). *TRANSPORTASI DAN METODE STEPPING STONE PADA PT .*
- Pertamina, P. (n.d.). *PT Pertamina Official Website*. Retrieved February 12, 2025, from <https://www.pertamina.com/home>
- Rahmayanti, L., Rahmah, D. M., & Larashati, D. (2021). Analisis Pemanfaatan Sumber Daya Energi Minyak Dan Gas Bumi Di Indonesia. *Jurnal Sains Edukatika Indonesia (JSEI)*, 3(2), 9–16.
- Selang, C. A., Bauran Pemasaran, P., & Selang Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, C. A. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 71(3), 71–80.
- Setyono, A. E., & Kiono, B. F. T. (2021). Dari Energi Fosil Menuju Energi Terbarukan: Potret Kondisi Minyak dan Gas Bumi Indonesia Tahun 2020 – 2050. *Jurnal Energi Baru Dan Terbarukan*, 2(3), 154–162.
<https://doi.org/10.14710/jebt.2021.11157>
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran : Teori dan Aplikasi*.
- Tambunan, N., Aprilia, S., & Pangesti Rahayu, N. (2022). Study Literature:

Dampak Kenaikan Bbm Bagi Perekonomian Rakyat. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 329–336. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.550>

Wijaya, P. S. M., & Teguh, C. (2012). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli. *Jrmb*, 7(2), 147–160.