Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Difusi dan inovasi pemasaran gas bumi pada konsumen rumah tangga, industri dan komersial PT Perusahaan Gas Negara (Persero): studi kasus pemasaran gas bumi di cabang Jakarta

Mohammad Isrok, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=77050&lokasi=lokal

---

Abstrak

Indonesia memiliki sumber daya alam yang berupa minyak bumi, gas bumi, batubara, panas bumi tenaga air dan lain-lain yang cukup besar. Konsumsi energi primer per jenis setiap tahun menunjukkan angka yang terus meningkat seiring meningkatnya pembangunan dan laju pertumbuhan ekonomi yang pesat. Dampak pembangunan tersebut telah meningkatkan penggunaan energi terutama untuk pemakaian BBM, sedangkan pemanfaatan gas bumi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, industri dan komersial dirasakan belum optimal. PT Perusahaan Gas Negara (Persero) adalah BUMN yang mengemban tugas memasarkan gas bumi di dalam negeri, pada saat ini hanya dapat memanfaatkan gas bumi tersebut sebesar 1,7% dari total produksi gas per tahun. Hasil analisa SWOT yang dilakukan, teridentifikasikan adanya permasalahan internal dan eksternal yang antara lain besarnya investasi yang diperlukan untuk membangun jaringan pipa, nilai tukar rupiah terhadap US$, dan penerapan strategi pemasaran yang belum optimal. Kebijaksanaan pemerintah yang memberikan subsidi kepada BBM terutama solar, minyak tanah dan minyak bakar lebih menekan harga gas bumi sehingga belum kompetitif. Untuk melihat posisi perusahaan terhadap peluang dan daya tarik pasar, digunakan metoda analisa SWOT. Sedangkan untuk menilai presepsi masyarakat dipergunakan analisa deskriptif evaluatif terhadap hasil kwesioner yang dilakukan pada konsumen rumah tangga, industri dan komersial. Kemajuan teknologi yang demikian cepat terutama teknologi komunikasi, telah menjadikan dunia semakin sempit dimana batas antar negara sudah semakin sulit dibedakan. Situasi ini telah mengubah tatanan ekonomi dunia, yang memicu tejadinya pergeseran-pergeseran pandangan hidup, sosial dan kemasyarakatan termasuk strategi-strategi pemasaran. Difusi dan inovasi adalah suatu konsep pemasaran dalam rangka meningkatkan penyebarluasan, pemasyarakatan dan pembudayaan terhadap pemanfaatan gas bumi. Melalui inovasi, perusahaan akan mampu mengembangkan core competence perusahaan untuk menciptakan teknologi dan kemampuan manajemen dalam memanfaatkan peluang pasar.