

Implementasi Nilai Nilai Kebangsaan Berbasis UUD 1945 Pada Analisis Strategi Pemasaran Digital Perusahaan dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Migas di Indonesia

Edy Soesanto¹ , Rafid Endika² , Bagus Hery Refangga³

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jl. Raya Perjuangan No.81, Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara, Kota Bks, Jawa Barat 17143

Korespondensi penulis: edy.soesanto@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstract. *Indonesia has abundant natural resources, one of which is oil and gas. Oil and gas companies will also continue to increase productivity in line with the many demands from consumers. Several large companies in Indonesia, such as Pertamina, Shell, Total, Petronas, and most recently Vivo, are involved in the downstream fuel oil business competition. One of the things that can be improved by companies to overcome threats and challenges in market competition is to maintain the quality of the company itself. Services to consumers such as criticism and input can be available quickly through digital media intermediaries. The company uses digital strategies to improve oil and gas sales services. Of course, these facilities must involve the use of digital technology where the 1945 Constitution is the legal basis that regulates all aspects of the life of the Indonesian nation, ranging from human rights, governance, and citizen rights including technology and digitalization. Advances in information system technology have entered from various fields, so that the existence of the ITE Law has the aim of forming regulations in the field of information and communication technology in Indonesia. For the implementation of the ITE Law, it regulates how to use internet-based media so that accuracy and caution are needed in conducting digital marketing so that the electronic information published is feasible and appropriate and supports oil and gas sales services.*

Keywords: *National values, digital strategy, and oil and gas sales services.*

Abstrak. Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah salah satunya adalah minyak dan gas. Perusahaan migas juga akan terus meningkatkan produktivitas seiring dengan banyaknya permintaan dari konsumen. Beberapa perusahaan besar di Indonesia, contohnya seperti Pertamina, Shell, Total, Petronas, dan yang terbaru Vivo, terlibat dalam persaingan bisnis hilir bahan bakar minyak. Salah satu hal yang bisa ditingkatkan oleh perusahaan untuk mengatasi ancaman dan tantangan dalam persaingan pasar yaitu mempertahankan kualitas dari perusahaan itu sendiri. Pelayanan kepada konsumen seperti kritik dan masukan dapat tersedia dengan cepat melalui perantara media digital. Perusahaan menggunakan strategi digital untuk meningkatkan pelayanan penjualan migas. Tentu saja, fasilitas tersebut harus melibatkan pemanfaatan teknologi digital yang mana UUD 1945 berfungsi sebagai dasar hukum yang mengatur semua aspek kehidupan Indonesia, mulai dari hak asasi manusia, pemerintahan, dan hak warga negara termasuk mengenai teknologi dan digitalisasi. Kemajuan teknologi sistem informasi telah memasuki dari berbagai bidang, sehingga keberadaan UU ITE memiliki tujuan untuk membentuk regulasi dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia. Untuk pengimplementasian UU ITE mengatur bagaimana dalam penggunaan media berbasis internet sehingga diperlukan ketelitian dan kehati-hatian dalam melakukan pemasaran digital agar informasi elektronik yang diterbitkan layak serta sesuai dan menunjang dalam pelayanan penjualan migas.

Kata kunci: Nilai nilai kebangsaan, strategi digital, dan pelayanan penjualan migas.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki wilayah sumber daya minyak dan gas bumi. Minyak bumi, dikenal sebagai petroleum, adalah bahan bakar fosil yang digunakan untuk membuat bensin, bahan bakar minyak, dan banyak produk kimia lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa minyak bumi memiliki peranan penting dalam memenuhi konsumsi energi

masyarakat. Karena peningkatan permintaan dari masyarakat serta kekhawatiran ketersediaan minyak mentah, maka harga minyak terus naik secara signifikan.

Perusahaan minyak dan gas juga akan terus meningkatkan produktivitas seiring dengan banyaknya permintaan dari konsumen. Beberapa perusahaan besar di Indonesia, contohnya seperti Pertamina, Shell, Total, Petronas, dan yang terbaru Vivo, terlibat dalam kompetisi di sektor bahan bakar minyak sudah sangat ketat. Bahkan, pesaing dari luar negeri telah mengalami penurunan, seperti SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) Petronas asal Malaysia. Dengan lebih banyak perusahaan maka persaingan akan meningkat baik dalam hal distribusi maupun kondisi (Latief et al., 2019).

Perusahaan perlu siap menghadapi ketidakpastian lingkungan. Antisipasi ini mencakup penyusunan rencana atau strategi yang diperlukan untuk menanggapi perubahan tersebut. Salah satu hal yang bisa ditingkatkan oleh perusahaan untuk mengatasi ancaman dan tantangan dalam persaingan pasar yaitu mempertahankan kualitas. Pelayanan yang efisien kepada masyarakat atau konsumen migas sebagai contoh yang bisa diaplikasikan.

Seiring dengan berkembangnya era digitalisasi, konsumen lebih sering menggunakan media sosial sebagai wadah untuk menyampaikan aspirasi atau keluhan mereka. Karena masyarakat masa kini cenderung melakukan aktivitas digital dan menggunakan media sosial sebagai media komunikasi yang cepat dan tak terbatas ruang dan waktu. Akibatnya, kritik dan masukan dari konsumen dapat tersebar dengan cepat melalui perantara media digital.

Menurut data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2017, jumlah pengguna internet mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68% dari total populasi Indonesia. Dengan demikian, terlihat adanya pertumbuhan yang signifikan setiap tahun dalam jumlah pengguna internet, dimana pada tahun 2016 jumlah pengguna internet mencapai 132,7 juta jiwa (Latief et al., 2019).

Selain itu, perusahaan migas juga memanfaatkan kemajuan teknologi internet untuk selalu terhubung dengan konsumen. Seperti halnya aplikasi untuk memudahkan kegiatan jual beli dan menggunakan media sosial untuk mencari informasi bahkan menyampaikan kritik dan saran. Dengan adanya kemudahan di zaman ini, optimalisasi pelayanan, perusahaan diharapkan dapat menentukan cara terbaik untuk membantu konsumen, meningkatkan nilai kesetiaan pelanggan, dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Untuk meningkatkan layanan pelanggan, ada beberapa cara, seperti menyediakan berbagai fasilitas tertentu kepada pelanggan atau menyediakan informasi yang mudah, cepat, akurat, dan luas. Tentu saja, fasilitas tersebut harus melibatkan pemanfaatan teknologi digital (Wijaya, 2021).

Konsitusi Indonesia, yaitu UUD 1945, berperan sebagai fondasi hukum yang mengatur segala aspek kehidupan di Indonesia, termasuk hak asasi manusia, system pemerintahan, dan hak-hak warga negara. Selain itu, UUD 1945 menegaskan bahwa semua bentuk kekuasaan harus tunduk pada pengawasan konstitusi dan hukum. Di era digitalisasi layanan publik, pemerintah dituntut untuk memastikan bahwa warganya memperoleh pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Berdasarkan Undang-Undang Nomer 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik, pelayanan publik merujuk pada segala kegiatan atau proses yang terkait dengan penyediaan kebutuhan layanan bagi seluruh warga negara dan penduduk sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. Hal ini mencakup barang, jasa, atau layanan administrative yang disediakan oleh instansi pemerintahan (Agus, 2023).

Pekembangan teknologi system informasi telah meluas ke berbagai sektor (Mutiarin & Wijaya, 2017), sehingga keberadaan Undang undang ITE dimaksudkan untuk mengatur perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia (Permatasari & Wijaya, 2019). Untuk pengimplementasian UU ITE mengatur bagaimana dalam penggunaan media berbasis internet sehingga diperlukan ketelitian dan kehati-hatian dalam melakukan pemasaran digital sehingga informasi elektronik yang diterbitkan layak serta sesuai dan menunjang dalam pelayanan penjualan migas.

Maka dari itu penulis tertarik untuk membahas Implementasi Nilai Nilai Kebangsaan Berbasis UUD 1945 Pada Analisis Strategi Pemasaran Digital Perusahaan Dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Migas di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah studi literatur. Metode ini melibatkan melakukan pemeriksaan menyeluruh terhadap literatur yang ada dan mengumpulkan referensinya dari penelitian sebelumnya. Referensi-referensi tersebut kemudian disusun dan dianalisis untuk menarik kesimpulan yang bermakna (Hartanto & Dani, 2016). Metode studi literatur meliputi berbagai kegiatan seperti pengumpulan data perpustakaan, membaca dan mencatat, serta mengorganisasikan bahan penelitian.

NO	JUDUL	PENULIS	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Konstitusionalisme Pelayanan Publik di Era Digital di Negara Republik Indonesia	Muhammad Rahmat Agus (2023)	menjamin hak-hak warga negara Transformasi teknologi digital	Digitalisasi pelayanan publik lembaga pemerintah
2	Analisis Dampak Kegiatan Industri Hulu Migas Terhadap Pembangunan Nasional Dalam Aspek Ekonomi Regional Indonesia	Siti Fadillah (2023)	Membahas mengenai perekonomian migas	Fokus pada dampak Kegiatan Industri
3	Analisis Strategi Pengembangan Bisnis E-Commerce Pertamina Retail dengan Pendekatan Bisnis Model Kanvas	Prori Vitaliano Latief, Rizal Syarief, Rokhani Hasbullah (2019)	Pemanfaatan Teknologi digitalisasi	Kompetisi sektor industry bahan bakar di Indonesia telah mencapai tingkat ketat.
4	Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	Diana Rapisari (2016)	Pemasaran menggunakan strategi digital	Berfokus pada kepuasan konsumen secara umum
5	Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Penyelesaian Masalah Ujaran Kebencian Pada Media Sosial Implementation	Iman Amanda Permatasari, Junior Hendri Wijaya (2019)	Implementasi UUD 1945	Perhatian terhadap penyelesaian masalah ujaran kebencian di media sosial.
6	Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Promosi Pada Jasa Layanan PPSDM Migas	Luita Yusniawati Dratistiana, Rieza Mahendra Kusuma (2023)	Penggunaan teknologi digitalisasi pada migas	Masyarakat berubah dengan kemajuan teknologi internet.
7	Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk TIKAR Mendong Mekar Putra	Maria Nurhayaty, Dedi Sutrisna, Taufik Martha (2022)	Pentingnya peranan pemasaran	Perusahaan IKM (Industri kecil dan menengah)
8	Analisa Kebijakan Industri Minyak Dan Gas Bumi	Minftah Sobirin (2016)	Perkembangan industri minyak dan gas	Kegiatan sektor hulu migas tentang kontrak bagi hasil antara Pertamina dan IIAPCO

9	Legalitas Kontrak Kerjasama Minyak Dan Gas Bumi Pada Organisasi Dan Tata Kerja Satuan Kerja Khusus Pelaksana Kegiatan Usaha Hulu Minyak Dan Gas Bumi	Affina Niken Al-Islami (2015)	Pengaturan migas di Indonesia	Tentang legalitas Kerjasama di sektor minyak dan gas ,peran SKK Migas.
10	Analisis Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor Ekspor Migas dan Non Migas Di Indonesia Tahun 2019-2023	Nuryatun, Safier Ramdani, Tatik Mariyanti (2023)	Petumbuhan ekonomi migas	Penjualan eskpor migas
11	Evaluasi Kebijakan Tambang Minyak Dan Gas Bumi (Migas)	Ridwan, Lailul Mursyidah (2023)	Kebijakan pengelolaan migas	Sektor pertambangan dalam negeri memegang peranan dominan dalam pertumbuhan sosial ekonomi.
12	Analisis Berbagai Dampak Dari Kebijakan Sektor Migas Di Perusahaan Pertamina	Tania Stivani Pangestu, Edy Soesanto (2023)	Kebijakan sektor migas	Kebijakan industri sektor migas di perusahaan pertamina
13	Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up	Josephine Ruth Kartawaria, Albert Claus Normansah (2023)	Strategi pemasaran	Kebutuhan pokok Masyarakat.
14	Perizinan Berusaha Di Sektor Hulu Minyak Dan Gas Bumi: Evaluasi Sistem Terintegrasi Secara Elektronik	Didik Sasono Setyadi, Mailinda Eka Yuniza (2015)	Sistem pelayanan Terintegrasi secara elektronik (OSS) belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik usaha di sektor hulu migas.	Mengidentifikasi berbagai kendala dan permasalahan yang di hadapi oleh UMKM
15	ANALISA DESKRIPSI MINYAK DAN GAS (Study Kasus Lapangan “X”)	Ramli Nonci, Akhmad Fauzi, Fifi Diana Thamrin	Penjualan MIGAS dan data studi lleratur	Migas memainkan peran penting sebagai sumber energi dalam mendukung kegiatan ekonomi nasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

No	Klasifikasi (Y)	Implementasi (x)	Analisa hipotesa
1	➤ Digitalisasi pelayanan publik lembaga pemerintah ➤ Perhatian terhadap penyelesaian masalah ujaran kebencian di media sosial, ➤ Masyarakat berubah dengan kemajuan teknologi internet.	UUD 1945	Pasal 28 G ayat (1) UUD 1945 menegaskan hak setiap individu untuk mendapatkan perlindungan terhadap diri pribadi, keluarga, kehormatan ,martabat, dan harta benda yang berada di bawah kekuasaannya. Dari perspektif hak asasi digital, hipotesis yang dapat diterangkan adalah bahwa UUD 1945 menyediakan dasar hukum untuk menjamin perlindungan hak asasi digital, yang antara lain termasuk hak untuk mengakses dan menggunakan kerja digital, seperti internet (Pasal 28F UUD 1945).
2	➤ Fokus pada dampak Kegiatan Industri ➤ Kompetisi sektor industry bahan bakar di Indonesia telah mencapai tingkat ketat. ➤ Perusahaan IKM (Industri kecil dan menengah) ➤ Kebijakan industri sektor miga di perusahaan pertamina ➤ Kegiatan sektor hulu migas tentang kontrak bagi hasil antara pertamina dan Ilapco ➤ mengenai legalitas kontrak kerjasamaminyak dan gas (SKK Migas).	UUD 1945	Analisa hipotesis tentang industri dalam UUD 1945 menunjukkan beberapa aspek. 1.pasal 11 UUD 1945 menetapkan bahwa Perindustrian meliputi organisasi dan segala kegiatan terkait industry. Dari perspektif pengaturan dan pengembangan industri, hipotesis yang dapat diterangkan adalah bahwa UUD 1945 menyediakan dasar hukum untuk menjamin pengaturan dan pengembangan industri, seperti pemberian kemudahan dan perlindungan yang diperlukan untuk mendorong pengembangan cabang-cabang industri dan jenis-jenis industri tertentu di dalam negeri (Pasal 12 UUD 1945). 2. dari perspektif pengawasan industry, UUD 1945 memberikan dasar hukum untuk menjamin pengawasan dan pengendalian industry. Ini termasuk pemberian

			kemudahan dan perlindungan yang diperlukan untuk mendorong kemudahan pengembangan berbagai cabang industry dalam negeri. Pasal 11 UUD 1945 menekankan pentingnya pembinaan dan peningkatan kerja sama antara pemerintah dan perusahaan industry untuk kepentingan Bersama. 3. Pasal 23 UUD 1945 menyatakan bahwa pengaturan kontrak harus dilakukan dalam Batas kewenangan yang jelas agar pelaksanaannya dapat berlangsung seimbang dan terpadu dengan sektor ekonomi lainnya. Dari perspektif pengaturan kontrak, UUD 1945 menjamin adanya pengaturan kontrak yang berjalan seimbang dan terintegrasi dengan baik.
3	➤ Sektor pertambangan dalam negeri memiliki pertumbuhan sosial ekonomi. ➤ Ekspor dan inflasi adalah dua factor yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara. ➤ minyak bumi dan gas alam juga menjadi sumber energi bagi kegiatan ekonomi nasional ➤ mengidentifikasi berbagai kelemahan dan permasalahan yang dihadapi UMKM ➤ Berfokus pada kepuasan konsumen secara umum	Uud 1945	Pasal 33 UUD 1945 menegaskan bahwa pemerintahan bertanggung jawab untuk mengusahakan Pembangunan ekonomi yang seimbang dan terpadu. Pengembangan ekonomi UUD 1945 memberikan dasar hukum untuk menjamin pengembangan ekonomi yang seimbang dan terintegrasi dengan sektor-sektor ekonomi lainnya. 2. Pasal 33 ayat (3) menegaskan bahwa sumber daya alam yang penting bagi negara dan menguasai hajat hidup seseorang banyak yang harus dikuasi oleh negara. Ini menunjukkan bahwa UUD 1945 menegaskan kedaulatan negara dalam pengelolaan sumber daya alam. 3. Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 menegaskan bahwa konsumen memiliki hak dan kewajiban yang harus dilindungi.

			Konsumen memiliki hak atas informasi yang jelas dan tepat, keadilan dalam transaksi, dan perlindungan terhadap penyalahgunaan data dan teknologi informasi. Jika hak-hak ini dilanggar, konsumen memiliki hak untuk mengajukan gugatan sebagai bentuk perlindungan.
4	➤ Kebutuhan pokok Masyarakat		Pasal 34 ayat 2 UUD 1945 memberi tanggung jawab kepada negara untuk memelihara fakir miskin dan anak-anak terlantar. Hipotesis dari pasal tersebut adalah bahwa negara harus menyediakan sistem jaminan sosial bagi seluruh rakyat dan memberdayakan masyarakat yang lemah dan tidak mampu sesuai dengan martabat kemanusiaan

Berdasarkan hasil temuan dari 15 jurnal yang ditemukan tentang implementasi nilai-nilai kebangsaan berbasis UUD 1945 pada analisis strategi pemasaran digital perusahaan dalam meningkatkan pelayanan penjualan migas di Indonesia yaitu sebagai berikut:

Penelitian oleh (Agus, 2023) dengan judul Konstitusionalisme Pelayanan Publik di Era Digital di Negara Republik Indonesia, dengan hasil penelitian: Peningkatan pelayanan publik dengan cara digitalisasi berdasarkan nilai konstitusionalisme yang berasal dari UUD 1945. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengimplementasian nilai kebangsaan UUD 1945 pada digitalisasi untuk peningkatan pelayanan penjualan.

Adapun penelitian oleh (Fadillah & Soesanto, 2023) dengan judul Analisis Dampak Kegiatan Industri Hulu Migas Terhadap Pembangunan Nasional Dalam Aspek Ekonomi Regional Indonesia, dengan hasil penelitian: Peningkatan penjualan dan perekonomian migas di Indonesia, dimana terdapat peningkatan penjualan terdapat juga pelayanan yang signifikan mengalami peningkatan agar terjadi keseimbangan dalam pembangunan ekonomi. Kesimpulannya bahwa peningkatan penjualan migas di Indonesia yang terkait penyediaan layanan yang telah diatur oleh undang-undang dan peraturan-peraturan.

Penelitian oleh (Latief et al., 2019) dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Bisnis E-Commerce Pertamina Retail dengan Pendekatan Bisnis Model Kanvas, dengan hasil penelitian: strategi pengembangan bisnis digital untuk perusahaan Pertamina agar memberikan kemudahan serta keadilan dalam pemenuhan kebutuhan migas bagi konsumen. Dapat disimpulkan tidak terdapat unsur UUD 1945 disebabkan fokus pembahasan di atas fokus dalam strategi pengembangan bisnis

Serta, penelitian oleh (Rapitasari, 2016) dengan judul Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, dengan hasil penelitian: Strategi pemasaran digital memang menjadi pilihan yang tepat, karena fokusnya pada komunikasi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini terdapat implementasi prinsip-prinsip UUD 1945, seperti dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang bertujuan menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi hidup mereka.

Penelitian oleh (Permatasari & Wijaya, 2019) dengan judul Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Penyelesaian Masalah Ujaran Kebencian Pada Media Sosial, dengan hasil penelitian: hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi undang-undang ITE telah diarahkan sesuai dengan prinsip-prinsip yang terdapat di dalam Undang-Undang Dasar 1945. Bahwa implementasi Undang-Undang Dasar ITE telah disesuaikan dengan tujuan Undang-Undang 1945, yang bertujuan untuk memastikan kebebasan berpendapat tanpa mengurangi perlindungan hukum bagi pihak yang menyampaikan pendapat maupun yang menerimanya.

Adapun penelitian oleh (Dratistiana & Kusuma, 2023) dengan judul Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Promosi Pada Jasa Layanan PPSDM Migas, dengan hasil penelitian: Menunjukkan bahwa melalui digital, PPSDM Migas dapat mengkomunikasikan berbagai informasi terkait jasa layanan mereka kepada audience potensial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa menyebarkan informasi pemasaran secara digital termasuk implementasi nilai kebangsaan terhadap UUD 1945 sesuai dengan UU ITE.

Penelitian oleh (Nurhayaty et al., 2022) dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Tikar Mendong Mekar Putra, dengan hasil penelitian: Penerapan digital marketing yang dilakukan oleh Tikar Mendong Mekar Putra dapat meningkatkan penjualan karena dapat menjangkau konsumen dengan luas, memberikan akses

yang lebih dekat kepada konsumen, memungkinkan konsumen untuk memeriksa kualitas dan reputasi produk, serta melakukan transaksi secara online. Dengan demikian, Perusahaan telah berhasil memposisikan dirinya dengan tepat dan relevan, yaitu di kuadran I (pertumbuhan) dalam penerapan strategi pemasaran digitalnya. Kesimpulannya bahwa terdapat pengimplementasian nilai kebangsaan dalam 28 F UUD 1945 untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi termasuk dengan cara digital.

Serta, penelitian oleh (Sobirin, 2016) dengan judul ANALISA KEBIJAKAN INDUSTRI MINYAK DAN GAS BUMI: Studi Perbandingan Pada Kontrak Bagi Hasil Minyak Dan Gas Bumi di Indonesia dan Malaysia, dengan hasil: proses alih teknologi menjadi teknologi digital dalam pemasaran migas agar mengalami peningkatan saat penjualan. Kesimpulan tidak terdapat nilai implentasi tentang UUD 1945 dikarenakan judul diatas menganalisis kebijakan perbandingan dalam kebijakan Indonesia dan Malaysia.

Penelitian oleh (Al-Islami, 2015) dengan judul Legalitas Kontrak Kerjasama Minyak Dan Gas Bumi Pada Organisasi Dan Tata Kerja Satuan Kerja Khusus Pelaksana Kegiatan Usaha Hulu Minyak Dan Gas Bumi dengan hasil: UU No.22 Tahun 2001 sesuai dengan amanat konstitusi dan mengubah pola kerjasama kegiatan usaha hulu migas menjadi kerjasama yang lebih berorientasi pada kepentingan publik, tanpa mengurangi kedaulatan negara di mata investor. Kesimpulannya bahwa menekankan aspek legalitas dalam kegiatan pemasaran migas sehingga terdapat implementasi nilai kebangsaan UUD 1945.

Adapun penelitian oleh (Ramdani & Mariyanti, 2023) dengan judul Analisis Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor Ekspor Migas dan Non Migas Di Indonesia Tahun 2019-2023 dengan hasil: Pada pertumbuhan ekonomi Indonesia dipengaruhi ekspor migas. Peningkatan dalam ekspor minyak dan gas berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dikarenakan Indonesia memiliki sumber daya komoditas minyak dan gas yang signifikan, yang menjadi pilar utama bagi perekonomian. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengimplementasian UUD 1945 dalam pertumbuhan ekonomi indonesia.

Penelitian oleh (Ridwan & Mursyidah, 2023) dengan judul Evaluasi Kebijakan Tambang Minyak Dan Gas Bumi (Migas), dengan hasil : Dalam kebijakan pengelolaan migas yang disesuaikan dengan regulasi yang berlaku, termasuk dalam UU No.22T Tahun 2001 tentang

minyak dan Gas bumi, mencerminkan implementasi nilai-nilai kebangsaan yang tercantum dalam UUD 1945.

Serta, penelitian oleh (Pangestu & Soesanto, 2023) dengan judul Analisis Berbagai Dampak Dari Kebijakan Sektor Migas Di Perusahaan Pertamina, dengan hasil: wawasan penting tentang dampak-dampak yang dihasilkan oleh kebijakan sektor migas di perusahaan Pertamina, yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan pengembangan strategi di masa depan. Kesimpulan bahwa menyusun strategi untuk pemasaran dimasa depan, sehingga terdapat pengimplementasian UUD 1945.

Adapun penelitian oleh (Kartawaria & Normansah, 2023) dengan Judul Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up ,dengan hasil: menganalisis dan mengidentifikasi penggunaan digital marketing. Kesimpulan bahwa terdapat implementasi nilai kebangsaan UUD 1945.

Penelitian oleh (Setyadi & Yuniza, 2021), dengan judul Perizinan Berusaha Di Sektor Hulu Minyak Dan Gas Bumi: Evaluasi Sistem Terintegrasi Secara Elektronik. Dengan hasil: evaluasi terhadap kesesuaian system perizinan usaha terintegrasi secara elektronik sektor hulu migas, baik sebelum maupun setelah berlakunya undang-undang cipta kerja. Kesimpulan bahwa terdapat implementasi nilai-nilai kebangsaan yang diatur didalam UUD 1945.

Serta, penelitian oleh (Nonci, 2020) dengan judul Analisa Deskripsi Minyak Dan Gas (Study Kasus Lapangan “X”) , Dengan hasil: Di lapangan “X” selama periode tertentu, pengelolaan minyak dan gas mengalami penurunan. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kinerja. Kesimpulan bahwa tidak terdapat implementasi nilai kebangsaan UUD 1945 dikarenakan pembahasan jurnal tersebut fokus pada cara pengelolaan lapangan migas.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Pengenalan Nilai-Nilai Kebangsaan Berdasarkan UUD 1945 Dalam Analisis Strategi Pemasaran Digital Perusahaan Untuk Meningkatkan Pelayanan Penjualan Migas Di Indonesia” adalah bahwa identitas nasional dari migas menunjukkan pentingnya pengintegrasian nilai-nilai kebangsaan dalam penguatan nilai-nilai kebangsaan.

Menurut Agus (2023), menerapkan nilai-nilai seperti gotong royong dan kesejahteraan bersama ke dalam strategi pemasaran digital Anda tidak hanya akan meningkatkan citra perusahaan Anda, tetapi juga meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan.

Al-Islami (2015) berpendapat bahwa fokus pada kebutuhan dan preferensi konsumen lokal melalui praktik keadilan sosial memastikan relevansi dan daya tanggap layanan perusahaan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan menekankan bahwa loyalitas akan meningkat. penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dan periklanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan juga terbukti efektif.

Dratistiana dan Kusuma (2023) menemukan bahwa media sosial seperti Instagram berperan penting dalam mempromosikan jasa migas serta mendukung kearifan lokal dan inovasi yang selaras dengan kebutuhan pasar. Mengutamakan nilai-nilai kebangsaan juga meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan dan etika bisnis, sesuai dengan temuan Fadillah dan Soesanto (2023) yang menemukan bahwa industri migas berkontribusi signifikan terhadap pembangunan nasional.

Secara keseluruhan, memasukkan nilai-nilai kebangsaan ke dalam strategi pemasaran digital perusahaan migas Indonesia akan mempererat hubungan dengan masyarakat, mendukung perkembangan perekonomian nasional, dan menjamin keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, M. R. (2023). *Konstitusionalisme Pelayanan Publik di Era Digital di Negara Republik Indonesia*. <https://osf.io/x7mep/download>
- Al-Islami, A. (2015). LEGALITAS KONTRAK KERJASAMA MINYAK DAN GAS BUMI PADA ORGANISASI DAN TATA KERJA SATUAN KERJA KHUSUS PELAKSANA KEGIATAN USAHA HULU MINYAK DAN GAS BUMI. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Dratistiana, L., & Kusuma, R. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Promosi Pada Jasa Layanan PPSDM Migas. *Majalah Ilmiah Swara Patra*, 13(2), 65–72. <https://doi.org/10.37525/sp/2023-2/558>
- Fadillah, S., & Soesanto, E. (2023). Analisis Dampak Kegiatan Industri Hulu Migas Terhadap Pembangunan Nasional Dalam Aspek Ekonomi Regional Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(4), 10–24. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v1i3.637>
- Hartanto, R. S. W., & Dani, H. (2016). Studi Literatur: pengembangan media pembelajaran dengan software autocad. *Jurnal Kajian Pendidikan Teknik Bangunan*, 1(1), 1–6.

- Kartawaria, J. R., & Normansah, A. C. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Komunika* 57, 4(1), 21–29.
- Latief, P. V., Syarief, R., & Hasbullah, R. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis E-Commerce Pertamina Retail dengan Pendekatan Bisnis Model Kanvas Analysis of Pertamina Retail E-Commerce Business Development Strategies with a Canvas Model Business Approach. *Manajemen IKM*, 14(1), 24–34.
- Mutiarin, D., & Wijaya, J. H. (2017). Evaluasi Penerapan SIAP-PPDB Online Dalam Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 21(2), 83–99. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v21i2.67>
- Nonci, R. (2020). Analisa Deskripsi Minyak dan Gas (Study Kasus Lapangan “X”). *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 44–50. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2766>
- Nurhayaty, M., Sutrisna, D., & Martha, T. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk TIKAR Mendong Mekar Putra. *Seminar Teknologi Majalengka (Stima)*, 6, 29–36. <https://doi.org/10.31949/stima.v6i0.746>
- Pangestu, T. S., & Soesanto, E. (2023). Analisis Berbagai Dampak Dari Kebijakan Sektor Migas Di Perusahaan Pertamina. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(4), 25–38.
- Permatasari, I. A., & Wijaya, J. H. (2019). Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Penyelesaian Masalah Ujaran Kebencian Pada Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 23(1), 27–41. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v23i1.101>
- Ramdani, S., & Mariyanti, T. (2023). Analisis Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor Ekspor Migas dan Non Migas Di Indonesia Tahun 2019-2023. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 1(4), 123–132.
- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Application Based Digital Marketing As a Strategy To Improve Customer Satisfaction Core. *Cakrawala*, 10(2), 107–122.
- Ridwan, R., & Mursyidah, L. (2023). Evaluasi Kebijakan Tambang Minyak Dan Gas Bumi (Migas). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(1), 127–139. <https://doi.org/10.37606/publik.v10i1.554>
- Setyadi, D. S., & Yuniza, M. E. (2021). Perizinan Berusaha Di Sektor Hulu Minyak Dan Gas Bumi: Evaluasi Sistem Terintegrasi Secara Elektronik. *Jurnal Ius Constituendum*, 6(2), 381. <https://doi.org/10.26623/jic.v6i2.4146>
- Sobirin, M. (2016). ANALISA KEBIJAKAN INDUSTRI MINYAK DAN GAS BUMI: Studi Perbandingan Pada Kontrak Bagi Hasil Minyak Dan Gas Bumi di Indonesia dan Malaysia. In *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi* (Vol. 6, Issue 3, pp. 287–320). <https://doi.org/10.25105/mraai.v6i3.923>
- Wijaya, Y. D. (2021). Peningkatan Pelayanan Pelanggan Dengan Membangun Sistem Informasi Manajemen Service Pada Cv Edo Prima Computama. *Jurnal It*, 12(2), 68–77. <https://doi.org/10.37639/jti.v12i2.222>