

## ABSTRAK

Aplikasi MyPertamina yang diluncurkan pada tahun 2019, merupakan platform digital PT Pertamina Patra Niaga yang bertransformasi dari platform *loyalty* menjadi sarana interaksi utama dengan pelanggan. Meskipun menunjukkan tren peningkatan, adopsi MyPertamina masih rendah, yaitu hanya 0,4% dari keseluruhan transaksi, meskipun pembayaran nontunai di Indonesia menunjukkan tren meningkat. Oleh karena itu, PT Pertamina Patra Niaga perlu memastikan keselarasan antara *operating model* MyPertamina dengan strategi bisnis dan orientasi strategis perusahaan, dan menemukan model bisnis yang lebih sesuai.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode *narrative interpretative qualitative*, yang didukung oleh analisis *descriptive quantitative*. Evaluasi *operating model* menggunakan kerangka *Strategic Alignment Maturity Model* (SAMM), sedangkan penyusunan model bisnis MyPertamina menggunakan *Business Model Canvas* (BMC).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *operating model* MyPertamina cukup selaras dengan strategi bisnis, namun perlu peningkatan utamanya dari sisi arsitektur sistem. Diusulkan dua opsi *operating model* untuk dapat meningkatkan keselarasan, yaitu *bridging organization* atau *spin-off* untuk menjadi entitas yang berdiri sendiri, di mana model *bridging organization* adalah yang paling tepat diterapkan untuk kondisi saat ini. Model bisnis *multi-sided platform* diusulkan dengan fokus pada peningkatan akuisisi pengguna, *value proposition* yang menyelesaikan *pain point*, dan penguatan model bisnis agar MyPertamina dapat berperan sebagai platform digital utama dalam memperkuat posisi PT Pertamina Patra Niaga dan mencapai *competitive advantage* di pasar energi yang semakin dinamis.

Kata kunci: *operating model*, *Strategic Alignment Maturity Model* (SAMM), *Business Model Canvas* (BMC), *multi-sided platform*, *bridging organization*, *spin-off*

## ***ABSTRACT***

*MyPertamina mobile apps, launched in 2019 and currently managed by PT Pertamina Patra Niaga, has undergone a transformation from a customer loyalty platform to a primary customer interaction channel. Despite its increasing trend, adoption remains low, with only 0.4% of total transactions utilizing the platform, even amidst a rising trend of cashless payments in Indonesia. This necessitates an evaluation of the alignment between MyPertamina's operating model and PT Pertamina Patra Niaga's business strategy and strategic orientation to identify a more suitable business model.*

*This qualitative research employs a narrative interpretative approach, complemented by descriptive quantitative analysis, utilizing the Strategic Alignment Maturity Model (SAMM) framework to assess the operating model and the Business Model Canvas (BMC) to formulate an improved business model.*

*Findings indicate that the MyPertamina operating model is sufficiently aligned with the business strategy, but requires improvement, primarily in terms of system architecture. Two operating model options are proposed to enhance this alignment: a bridging organization or a spin-off into an independent entity. The bridging organization model is deemed most suitable for the current conditions. A multi-sided platform business model is proposed, focusing on increasing user acquisition, a value proposition that addresses pain points, and strengthening the business model to enable MyPertamina to serve as the primary digital platform. This will reinforce PT Pertamina Patra Niaga's position and achieve a competitive advantage in the increasingly dynamic energy market.*

*Keywords: operating model, Strategic Alignment Maturity Model (SAMM), Business Model Canvas (BMC), multi-sided platform, bridging organization, spin-off*