



Analysis Strategy of Marketing Oxygen Product for PT Moratelindo Jakarta

Analisis Strategi Pemasaran Produk Oxygen PT Moratelindo Jakarta

Author

Tidar Ramdan Sanjaya
Universitas Indraprasta PGRI
Jakarta
Hapsari Widayani
Universitas Indraprasta PGRI
Jakarta

Abstract

The development of internet business has experienced a fairly tight competition where between companies compete with each other to attract customers to use their products with various products and services. PT Moratelindo is one of the internet service providers in Jakarta. The purpose in this research is to find out the marketing strategies used have been efficient and effective. The method used is qualitative with a descriptive approach. Data collection techniques by means of observation, interview, documentation, and recording. The result of the analysis using marketing mix, Oxygen product is a quality internet service product with 100% service using fiber optic cable. PT Moratelindo has a 7P mix that can see opportunities and attract the market to use Oxygen products. Proven from 2018 Oxygen Products have increased every year with an average of 18,148 new customers every year or 1,512 new customers every month. While the highest product achievement is the stream package with a total of 30,410 customers from 2018 – 2019. Based on the results of the data analysis shows that Oxygen products are in a stable phase and the strategies used efficiently and effectively.

Keywords

marketing strategy, internet, oxygen products

**Duconomics
Sci-meet**

2021

**VOLUME 1
JULI**

Page

450-457

DOI

10.37010/duconomics.v1.5640

Corresponding Author:

hwidayani@gmail.com

Abstrak

Perkembangan bisnis internet telah mengalami persaingan yang cukup ketat dimana antar perusahaan saling berkompetisi menarik pelanggan untuk menggunakan produknya dengan berbagai produk dan layanannya. PT Moratelindo merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan internet di Jakarta. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan telah efisien dan efektif. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan datanya dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, dan pencatatan. Hasil dari analisis menggunakan bauran pemasaran, produk Oxygen adalah produk layanan internet yang berkualitas dengan layanan 100% menggunakan kabel *fiber optic*. PT Moratelindo memiliki bauran 7P yang dapat melihat peluang dan menarik pasar untuk menggunakan produk Oxygen. Terbukti dari tahun 2018 Produk Oxygen mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan rata-rata setiap tahun terdapat 18.148 pelanggan baru atau 1.512 pelanggan baru setiap bulannya. Sedangkan pencapaian produk tertinggi adalah paket *stream* dengan total 30.410 pelanggan dari tahun 2018 – 2019. Berdasarkan hasil analisis data tersebut menunjukkan bahwa produk Oxygen berada pada fase yang stabil dan strategi yang digunakan efisien dan efektif.

Kata kunci

bauran pemasaran, internet, produk oxygen

PENDAHULUAN

Telekomunikasi memiliki peranan yang sangat penting bagi Indonesia, dikarenakan Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia. Perkembangan teknologi telekomunikasi yang sangat pesat memberikan perubahan yang sangat besar dalam pengelolaan aktifitas bisnis. Menurut data dari badan pusat statistik (2019), izin penyelenggaraan telekomunikasi pada tahun 2019 lebih banyak diberikan kepada perusahaan yang melayani jasa telekomunikasi. Sebanyak 61,33 persen perusahaan berkecimpung dalam bidang tersebut seperti *Internet Service Provider (ISP)*, *Network Access Point (NAP)*, telepon internet dan jasa telekomunikasi lainnya. Sementara sekitar 23,13 persen perusahaan menyelenggarakan telekomunikasi jaringan tetap. Kemudian perusahaan penyelenggara jaringan bergerak sekitar 2,49 persen, sedangkan untuk perusahaan penyelenggara telekomunikasi khusus mengalami sedikit penurunan, ada 13,05 persen.

Banyaknya *provider* penyedia jasa telekomunikasi yang persaingannya semakin ketat untuk perkembangan sekarang ini yang membuat PT Moratelindo Jakarta melakukan inovasi untuk mengeluarkan produk terbaru. PT Moratelindo Jakarta merupakan salah satu perusahaan bidang telekomunikasi yang menyediakan berbagai fasilitas komunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sektor telekomunikasi menyediakan layanan yang beragam (*multi service*) bagi pelanggannya yaitu data (internet) dan gambar (IP-TV).

Pada tahun 2015, melalui merek Oxygen, PT Moratelindo Jakarta mengembangkan jaringan serat optik di dalam kawasan distrik bisnis (dalam kota) untuk menyediakan akses internet kecepatan tinggi. Peran produk Oxygen adalah untuk berpartisipasi aktif dalam setiap jenis industri mulai dari pendidikan, usaha kecil dan menengah, perawatan kesehatan, hotel, manufaktur, pertahanan, minyak & gas, pemerintah hingga industri media.

PT Moratelindo Jakarta mempunyai tantangan dalam pemilihan strategi pemasaran untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk Oxygen, meningkatkan persaingan usaha dan memenangi persaingan bisnis pada bidang layanan internet. Strategi pemasaran menjadi kunci perusahaan untuk memasarkan produknya dimana strategi ini adalah langkah-langkah atau cara untuk mencapai tujuan dasar dari perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan dari usaha tersebut.

Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini adalah melakukan analisis strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi lingkungan bisnis saat ini pada PT Moratelindo sehingga produknya yang bernama Oxygen dapat masuk dan diterima oleh pasar.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah produk Oxygen PT Moratelindo Jakarta. Penelitian ini difokuskan pada strategi pemasaran PT Moratelindo Jakarta dalam memasarkan produk Oxygen. Penelitian ini bersifat deskriptif, untuk mendapatkan gambaran atau penjelasan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Moratelindo Jakarta yang menggunakan teknik pengumpulan datanya dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, dan pencatatan. Wawancara dilakukan dengan pegawai PT Moratelindo ini dengan menyediakan beberapa pertanyaan pada angket pertanyaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bauran Pemasaran

Memaksimalkan pemahaman bauran pemasaran adalah cara untuk menjadikan pemasaran lebih efektif. Menurut Kotler (2016) alat – alat pemasaran ini disebut sebagai marketing mix atau 7P pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan

promosi (*promotion*), orang (*people*), fasilitas fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*). Adapun analisis bauran pemasaran sesuai dengan PT Moratelindo Jakarta adalah sebagai berikut :

1. Analisis Produk Oxygen

Sebagai produk unggulan dalam perusahaan telekomunikasi produk Oxygen sudah 100% menggunakan akses kabel *fiber optic*. Dalam pemasarannya produk Oxygen memiliki empat jenis paket yang ditawarkan yaitu paket *Stream*, *Zoom*, *Power* dan *Sporty*. Dari keempat jenis paket tersebut memiliki keunggulannya masing-masing seperti paket *Stream* yang memiliki akses data internet tak terbatas dengan kecepatan akses lebih dari 100 Mbps. Kemudian paket *Zoom* memiliki keunggulan akses data dengan kecepatan akses lebih dari 100 Mbps dan akses 61 saluran TV baik nasional dan luar negeri. Paket *Power* memiliki keunggulan akses data dengan kecepatan akses lebih dari 100 Mbps serta akses 73 saluran TV termasuk *TransVision Xstream*. Paket *Sporty* yang memiliki keunggulan akses internet dengan kecepatan lebih dari 100 Mbps dilengkapi tayangan olah raga dan VOD *eksklusif* dari Mola TV. Menampilkan tayangan liga Inggris, Euro 2021, Carabao Cup dan Timnas Garuda Nusantara di Mola Sport 2. Tidak tertinggal olahraga lainnya seperti tinju, balap, beladiri dan basket.

Tabel 1. Harga Paket *Stream*

Jenis Paket	<i>Stream</i> 25	<i>Stream</i> 50	<i>Stream</i> 100
Kecepatan	50 Mbps	100 Mbps	200 Mbps
Harga	Rp 306.000 /Bulan	Rp 414.000 /Bulan	Rp 576.000 /Bulan
Benefit	Kuota <i>Unlimited</i> Wifi Modem Up to 3 – 4 Gadget Gratis Instalasi	Kuota <i>Unlimited</i> Wifi Modem Up to 5 Gadget Gratis Instalasi	Kuota <i>Unlimited</i> Wifi Modem Up to 10 Gadget Gratis Instalasi

Sumber : PT Moratelindo (2021)

2. Analisis Harga

• Paket *Stream*

Paket ini adalah paket termurah yang dipasarkan oleh Oxygen. Ada tiga pilihan tipe dalam paket *Stream* yang pertama adalah *stream 25* yang memiliki kecepatan akses internet hingga 50 Mbps dan dapat digunakan maksimal 4 *gadget* dengan harga Rp 306.000 perbulan. Selanjutnya adalah *stream 50* yang akses internetnya hingga 100 Mbps dengan harga Rp 414.000 perbulan yang dapat digunakan lebih dari 5 *gadget*. Terakhir adalah *stream 100* dengan akses data internet hingga 200 Mbps yang dapat digunakan lebih dari 10 *gadget* dengan harga Rp 576.000 per bulan.

- **Paket Zoom**

Tipe pertama dari paket *zoom* adalah *zoom 25* yang dapat digunakan maksimal 4 *gadget* dengan kecepatan internet 50 Mbps dan harga Rp 324.000 per bulan. Tipe kedua adalah *zoom 50* dengan kecepatan akses internet 100 Mbps, harga Rp 432.000 per bulan serta dapat digunakan lebih dari 5 *gadget*. Tipe ketiga adalah *zoom 100* yang memiliki akses kecepatan internet 200 Mbps, harga Rp 595.000 per bulan dan dapat digunakan oleh lebih dari 10 *gadget* sekaligus. Keunggulan lain dari tipe *zoom* adalah pelanggan dapat mengakses saluran televisi hingga 61 saluran *channel* baik dalam dan luar negeri.

Tabel 2. Harga Paket Zoom

No	Jenis Paket	Zoom 25	Zoom 50	Zoom 100
1	Kecepatan	50 Mbps	100 Mbps	200 Mbps
2	Harga	Rp 324.000/Bulan	Rp 432.000/Bulan	Rp 595.000/Bulan
		Kuota <i>Unlimited</i>	Kuota <i>Unlimited</i>	Kuota <i>Unlimited</i>
		Wifi Modem	Wifi Modem	Wifi Modem
3	<i>Benefit</i>	<i>Up to 3 – 4 Gadget</i>	<i>Up to 5 Gadget</i>	<i>Up to 10 Gadget</i>
		Gratis Instalasi	Gratis Instalasi	Gratis Instalasi
		61 Saluran TV	61 Saluran TV	61 Saluran TV

Sumber : PT Moratelindo (2021)

- **Paket Power**

Tabel 3. Harga Paket Power

Jenis Paket	Power 25	Power 50	Power 100
Kecepatan	50 Mbps	100 Mbps	200 Mbps
Harga	Rp 378.000 /Bulan	Rp 486.000 /Bulan	Rp 648.000 /Bulan
	Kuota <i>Unlimited</i>	Kuota <i>Unlimited</i>	Kuota <i>Unlimited</i>
	Wifi Modem	Wifi Modem	Wifi Modem
	<i>Up to 3 – 4 Gadget</i>	<i>Up to 5 Gadget</i>	<i>Up to 10 Gadget</i>
	Gratis Instalasi	Gratis Instalasi	Gratis Instalasi
<i>Benefit</i>	<i>Basic Channel Xstream</i>	<i>Basic Channel Xstream</i>	<i>Basic Channel Xstream</i>
	Kecepatan Internet 2x Lipat	Kecepatan Internet 2x Lipat	Kecepatan Internet 2x Lipat

Sumber : PT Moratelindo (2021)

Pada tabel 3 menunjukkan bahwa paket *power* memiliki tiga macam tipe paket, yang pertama adalah *power 25* dengan kecepatan akses hingga 50 Mbps dengan harga Rp 378.000 per bulan dan bisa di akses maksimal 4 *gadget*. Kedua adalah *power 50* yang memiliki akses data internet hingga 100 Mbps dengan harga Rp 486.000 per bulan dapat digunakan lebih dari 5 *gadget*. Ketiga adalah *power 100* yang memiliki kecepatan akses internet hingga 200 Mbps dengan harga Rp 648.000 per bulan dan dapat digunakan lebih dari 10 *gadget*. Keuntungan lain dari paket *power* adalah kecepatan akses internet dua kali lipat dibandingkan paket biasa (*stream*), dan akses *basic channel xstream*.

- **Paket Sporty**

Tabel 4. Harga Paket Sporty

No	Jenis Paket	Sporty 50	Sporty 100
1	Kecepatan	100 Mbps	200 Mbps
2	Harga	Rp 4.320.000/Tahun Eksklusif Mola TV	Rp 4.760.000/Tahun Eksklusif Mola TV
3	Benefit	Kecepatan Internet 2x Lipat Kuota <i>Unlimited</i> Wifi Modem <i>Up to 10 Gadget</i> Gratis Instalasi	Kecepatan Internet 2x Lipat Kuota <i>Unlimited</i> Wifi Modem <i>Up to 10 Gadget</i> Gratis Instalasi

Sumber : PT Moratelindo Jakarta (2021)

Paket *Sporty* merupakan paket termahal yang dipasarkan oleh Oxygen. Dengan menggunakan paket ini pelanggan dapat secara eksklusif menonton semua siaran olahraga melalui Mola TV, keuntungan lain yang di dapatkan adalah kecepatan internet dua kali lebih cepat dibandingkan dengan paket biasa (*stream*) dan tentu saja kuota tak terbatas selama pemakaian internetnya. Ada dua macam tipe dalam paket *sporty*. Pertama adalah *sporty 50* dengan kecepatan akses internet hingga 100 Mbps dan dapat digunakan lebih dari 10 *gadget* lebih sekaligus dengan harga Rp 4.320.000 per tahun. Kedua adalah *sporty 100* dengan kecepatan akses internet hingga 200 Mbps, dapat digunakan oleh 10 *gadget* lebih sekaligus, dan harga Rp 4.760.000 per tahun.

3. Analisis Tempat / Distribusi

Bagi masyarakat yang ingin menjadi pelanggan atau menggunakan jasa produk Oxygen dapat langsung datang ke *branch* (cabang) yang tersebar di berbagai tempat di sekitar Jakarta, yaitu:

1) Graha 9

Jl. Penataran No.9, RT.10/RW.2, Pegangsaan, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10320.

2) Tendean

Jl. Kapten Tandean No. 43 A -Jakarta Selatan.

3) Bogor

Jl. Raya Pajajaran, Ruko Indah Pajajaran No. 88 H.

4) Serpong

Ruko Boulevard CBD, Jl. Gading Serpong Boulevard M.5 No.28, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Tangerang, Banten 15810

5) Jatinegara

Jl. Raya Jatinegara barat No. 44, Jatinegara Jakarta Timur.

6) Srengseng

Jl. Srengseng Raya No. 2A RT 001 / RW 008 Srengseng Kec. Kembangan, Jakarta Barat.

7) Jatiwarna

Jl. Kampung Sawah No. 100 RT 003 / RW 002 Jatimurni Pondok Melati Bekasi 17431.

Dalam melakukan pendaftaran calon pelanggan dapat mendatangi salah satu *branch* dan bertemu dengan *customer service*. Kemudian calon pelanggan mengisi formulir yang sudah disediakan oleh *customer service* seperti nama lengkap, nomor *handphone*, alamat lengkap, email, dan jenis paket apa yang akan digunakan. Setelah pendaftaran selesai, *customer service* akan melakukan verifikasi data dan melakukan pengecekan apakah di alamat calon pelanggan tersebut sudah tersedia jaringan *FTTH (Fiber to the Home)* produk Oxygen. Apabila jalur tersedia, calon pelanggan akan mendapatkan notifikasi pada email yang tertera pada saat pendaftaran berupa nominal pembayaran yang harus dibayarkan. Langkah selanjutnya tim lapangan akan datang ke alamat pelanggan untuk melakukan pemasangan.

Dalam hal ini, kurang luasnya jaringan *FTTH (Fiber to the Home)* menyulitkan calon pelanggan yang ingin menggunakan jasa produk Oxygen. Maka dari itu, peningkatan jaringan *FTTH (Fiber to the Home)* di semua area perlu ditingkatkan agar calon pelanggan yang berminat dapat menggunakan jasa dari produk Oxygen dan tentunya dapat meningkatkan jumlah pengguna produk Oxygen.

4. Analisis Promosi

Promosi adalah bentuk strategi yang digunakan oleh PT Moratelindo untuk menarik minat pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan yang menggunakan produk Oxygen. Berbagai macam promosi dilakukan oleh PT Moratelindo diantaranya melalui periklanan, media sosial, brosur, pemasangan poster, pemasangan spanduk, bekerja sama dengan *brand ambassador* dan mengadakan *event – event* tertentu.

Strategi pemasaran ini sangat efektif karena dapat memperkenalkan produk Oxygen kepada masyarakat luas. Terutama pada saat pandemi seperti saat ini, internet sangat dibutuhkan oleh banyak orang terutama para pekerja dan para pelajar sehingga edukasi yang baik diperlukan agar internet dapat dipergunakan dengan maksimal dan benar.

5. Analisis Orang

Setiap Perusahaan bertujuan untuk menjadi lebih besar dan terus berkembang sehingga dapat bersaing dengan perusahaan pesaing. Keberhasilan dalam pelaksanaannya terletak pada orang-orangnya, bagaimana mereka menjalankan fungsi dan tugasnya untuk terus mengembangkan potensi diri dan memaksimalkan sumber daya yang ada.

Peran sumber daya manusia yang berkualitas pada perusahaan telekomunikasi sangat diutamakan untuk mendorong pemasaran dan penjualan, ini sangat dibutuhkan agar tujuan

dalam pemasaran produk Oxygen tercapai. PT Moratelindo melaksanakan proses seleksi yang ketat dalam penerimaan pegawai barunya. Dimulai dari seleksi tertulis, wawancara, dokumentasi dan kesehatan. Keseluruhan seleksi tersebut ditangani oleh orang – orang yang berpengalaman dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan pegawai yang siap dalam persaingan dunia kerja. Kemudian dilakukan pelatihan atau training sesuai dengan *job desk* masing-masing untuk memaksimalkan sumber daya.

6. Analisis Proses

Proses ini mencerminkan semua bauran dari pemasaran yang dikoodinasikan menjadi satu untuk menghasilkan kualitas dan konsistensi jasa produk Oxygen yang diberikan kepada pelanggan. Pelaksanaan adalah kunci dalam proses pemasaran, sehingga yang dilakukan pertama dalam pemasaran produk Oxygen adalah merancang strategi pemasaran yang baik dan bersinergi. Salah satu strategi yang digunakan adalah sales promotion dan public relations yaitu merangsang secara langsung para calon pelanggan dengan cara mengadakan event-event pada keramaian seperti mall atau pameran yang didalamnya menyajikan produk-produk Oxygen sehingga calon pelanggan dapat memahami dan mengerti produk Oxygen. Sales dapat memberikan sampel atau contoh secara langsung penggunaan Oxygen seperti menonton youtube dengan kualitas video yang tinggi, *upload file* di *drive* dan mengunduh file besar dengan cepat sehingga calon pelanggan dapat merasakan langsung manfaat dari produk tersebut.

Calon pelanggan yang tertarik akan melakukan pendaftaran untuk menjadi pelanggan produk Oxygen, mengisi data yang dibutuhkan kemudian di proses oleh *customer service*. Hal ini dapat dilakukan oleh calon pelanggan dengan langsung ke kantor Oxygen atau dengan pendaftaran online. Jika sudah terdaftar, tim lapangan akan menuju lokasi pelanggan untuk melakukan pemasangan *router* dan *modem* untuk dapat mengakses jaringan internet Oxygen. Selanjutnya pelanggan dapat menikmati layanan internet produk Oxygen.

7. Analisis Fasilitas Fisik

Calon pelanggan memutuskan membeli suatu barang atau menggunakan jasa dapat dipengaruhi oleh berbagai macam penyebab, salah satunya adalah fasilitas fisik. Fasilitas fisik yang baik sangat mempengaruhi citra produk dan perusahaan untuk mendukung dan memastikan bahwa produk yang akan diperjual belikan atau ditawarkan dapat memuaskan pelanggan.

Dalam memasarkan produk Oxygen dibutuhkan bukti nyata atau fisik untuk menjalin hubungan bisnis atau jual beli yang lebih nyata dengan pelanggan. Berbagai bukti fisik dapat digunakan seperti, brosur, gedung, baliho, bahkan website online yang menarik dimata calon pelanggan dapat menarik perhatian untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Dalam hal ini, PT Moratelindo merancang gedung, brosur, dan website dengan penuh warna agar terkesan *fresh* saat dilihat.

PENUTUP

Berdasarkan analisis pada hasil dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Segmentasi pasar produk Oxygen adalah masyarakat Jakarta dan sekitarnya yang mentargetkan pelanggan dari individu, rumahan, dan apartemen.

2. Produk Oxygen memiliki empat macam paket, yaitu stream, zoom, power dan sporty. Dalam penetapan harga, produk oxygen menentukan harga sesuai dengan fasilitas dan fitur masing-masing paket serta terdapat promo menarik, seperti promo diskon pemasangan awal.
3. PT Moratelindo Jakarta menerapkan berbagai langkah promosi yaitu melalui periklanan, media sosial, brosur, pemasangan poster, pemasangan spanduk, bekerja sama dengan brand ambassador, dan mengadakan event-event tertentu. Kemudian calon pelanggan yang berminat dapat mendaftar secara online melalui website dan datang langsung ke kantor yang tersebar diseluruh Jakarta dan sekitarnya.
4. Peran sumber daya manusia dan bangunan fisik PT Moratelindo Jakarta sangat penting untuk mendukung dan menunjang pemasaran produk Oxygen. SDM yang baik dan ramah kepada pelanggan menjadi nilai tambah kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kemudian berujung pelanggan menjadi pelanggan setia dengan produk Oxygen yang digunakan. Sedangkan bangunan fisik menjadi cerminan yang terlihat jelas yang membuat pelanggan merasa nyaman saat mengunjungi kantor pelayanan produk Oxygen. Dalam hal ini, kenyamanan pelanggan saat mengunjungi kantor pelayanan juga menjadi kunci pelanggan menjadi setia menggunakan produk yang dipelajari belikan.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2019). Statistik Telekomunikasi Indonesia 2019 . Jakarta: BPS.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2016). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.