ANALISIS BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PT GLOBAL ERASIBER TEKNOLOGI

Author

Bilal Nikito
Universitas Indraprasta PGRI

Hapsari Widiyani

Syamsul Hadi

Abstract

Lintas Cyber (PT. Global Erasiber Teknologi) is an Internet Service Provider that prioritizes quality and service above all else. The company is committed to becoming the best and most trusted Internet Service Provider for all segments, serving both corporate and individual clients. PT. Global Erasiber Teknologi is a national private telecommunications network and service provider, holding ISP License No. 10092100448410001 and ISP SKLO (Operational Feasibility Certificate) No. JASA-0014/TEL.04.02/2022. This study aims to examine improvements in competitiveness and the impact on sales growth through SWOT analysis and the marketing mix. This is a descriptive qualitative study. Data collection methods included observation, interviews with three key informants (the owner, employees, and consumers of Lintas Cyber), and a review of relevant internal and external documents. The research was conducted at Lintas Cyber (PT. Global Erasiber Teknologi).

Keywords

Marketing Mix, Enhancing Competitiveness, PT Global Erasiber

2025

Page

96 – 102

DOI

Abstrak

Lintas Cyber (PT. Global Erasiber Teknologi) adalah Penyedia Layanan Internet yang menjadikan kualitas dan layanan internet sebagai prioritas utama. Lintas Cyber berkomitmen untuk menjadi Penyedia Layanan Internet terbaik dan terpercaya untuk seluruh kalangan, baik untuk korporasi maupun perorangan. PT. Global Erasiber Teknologi merupakan perusahaan penyelenggara jasa dan jaringan telekomunikasi swasta nasional dengan data perizinan izin No.ISP: 10092100448410001, No. SKLO ISP: JASA-0014/TEL.04.02/2022. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan daya saing dan dampak peningkatan penjualan melalui analisis SWOT dan bauran Pemasaran. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Metode yang digunakan adalah dengan cara observasi dan wawancara dengan narasumber yang terdiri dari *owner*, karyawan dan konsumen Lintas Cyber dengan tiga orang serta dokumen internal dan eksternal yang relavan. Tempat penelitian berada di Lintas Cyber (PT. Global Erasiber Teknologi). Berdasarkan hasil penelitian dilapangan,

Kata kunci

Bauran Pemasaran, Meningkatkan Daya Saing, PT. Global Erasiber Teknologi

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin pesat, persaingan bisnis di berbagai sektor industri semakin ketat. Setiap perusahaan dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif guna mempertahankan posisinya di pasar dan meningkatkan daya saing. PT Global Erasiber Teknologi, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi dan komunikasi, menghadapi tantangan serupa dalam upaya memperluas pasar dan memenangkan persaingan di tengah tren digitalisasi yang berkembang cepat.

Teknologi informasi telah menjadi komponen penting dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam industri maupun kehidupan sehari-hari. Seiring dengan berkembangnya teknologi, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan dinamika pasar. PT Global Erasiber Teknologi menyadari pentingnya peran strategi pemasaran dalam mendukung tujuan perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya di pasar nasional maupun internasional.

Namun, banyak perusahaan teknologi yang sering kali terfokus pada pengembangan produk tanpa memperhatikan strategi pemasaran yang tepat. Hal ini dapat mengakibatkan stagnasi dalam pertumbuhan dan penguasaan pasar. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam mengenai strategi pesaran yang tepat guna untuk meningkatkan daya saing PT Global Erasiber Teknologi, dengan mempertimbangkan dinamika pasar, perilaku konsumen, serta tren industri yang terus berkembang.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia, yang ditandai dengan penetrasi internet yang semakin luas dan meningkatnya penggunaan *smartphone,* peluang untuk menciptakan strategi pemasaran berbasis digital menjadi sangat penting. Hal ini membuka kesempatan bagi PT Global Erasiber Teknologi untuk mengadopsi teknologi seperti big data, kecerdasan buatan (AI), dan otomatisasi dalam pemasaran guna menarik lebih banyak konsumen dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih persona.

.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang tidak memerlukan kuantifikasi. Menurut (Sugiyono,2018,p.213) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekan pada makna.

HASIL

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode wawancara untuk mendapatkan informasi terkait bauran pemasaran. Wawancara tersebut diselenggarakan secara terstruktur, dengan pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sebelum mewawancarai narasumber. Selama wawancara, subjek menggunakan bahasa yang tidak formal, yang kemudian diubah oleh peneliti ke dalam bahasa Indonesia yang baku untuk keperluan penelitian. Berikut ini adalah hasil wawancara dan observasi yang digunakan oleh peneliti:

Tabel 3
Wawancara Muhammad Rafly Selaku Owner PT Global Erasiber Teknologi

Pertanyaan	Jawaban
a. Product	
• Apa saja produk yang dijual pada PT Global Erasiber Teknologi**?** • Bagaimanakah kualitas produk yang dijual dan apakah memiliki keunggulan yang unik sehingga sulit ditiru oleh kompetitor?	• Paket *Lite*, paket *basic,* paket gamers, paket *combo* tv, dan paket *combo* CCTV. • Sebagai *owner* PT Global Erasiber Teknologi, kami selalu berkomitmen untuk menghadirkan layanan internet berkualitas tinggi dengan keunggulan yang membedakan kami dari kompetitor. Salah satu keunggulan unik yang kami tawarkan adalah paket internet combo dengan CCTV. Ini merupakan solusi inovatif yang jarang digunakan oleh penyedia layanan lain. Karena di era sekarang, keamanan menjadi kebutuhan utama, mengingat tingginya kasus pencurian dan tindakan kriminal. Dengan paket internet + CCTV, pelanggan tidak hanya mendapatkan koneksi internet yang stabil, tetapi juga sistem keamanan yang terintegrasi. Adapun keunggulan

PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan yang telah dilakukan, diperoleh gambaran mengenai analisis bauran pemasaran untuk meningkatkan daya saing di PT Global Erasiber Teknologi, yang meliputi aspek produk, harga,promosi, sumber daya manusia (orang), dan lokasi. Berikut pembahasan mengenai hubungan antara bauran pemasaran dengan peningkatkan daya saing di PT Global Erasiber Teknologi:

1. *Product*

Perluasan jaringan *provider* serta cctv produk dari Gesitnet akan meningkatkan penjualan secara signifikan. Menurut *owner* dari hasil wawancara pada tabel diatas bahwa produk dari Gesitnet yaitu: paket lite, paket basic, paket gemers, paket combo tv, dan paket combo cctv. Sementara itu, karyawan berpendapat untuk produk sudah lengkap hanya saja peralatan seperti untuk pemasangan dan lain sebagianya yang dibutuhkan masih belum optimal. *Customer* juga mengungkapkan kualitas produknya sangat bagus untuk digunakan dan jaringannya juga sudah stabil.

Dari hasil pemaparan dan penggunaan analisis bauran pemasaran sudah dapat diketahui bahwa *problem* dari *product* di Gesitnet ini adalah peralatan yang belum optimal maka tim dan karyawan Gesitnet sudah berusaha menambahkan kualitas peralatan dan melakukan pelatihan kepada seluruh karyawan agar lebih optimal lagi dalam pemenuhan kualitas untuk seluruh *customer*.

2. *Price*

Penetapan harga yang kompetitif dan transparan menjadi kunci untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Semua kategori responden setuju bahwa harga di Gesitnet sangat terjangkau dan bersaing, yaitu mulai dari Rp.160.000,- dengan kualitas jaringan yang sudah optimal.

Akan tetapi harga kompetitif ini selalu di kaji agar tidak memberi dampak signifikan kepada perusahaan dan *customer* kedepannya. Sehingga setiap 6 bulan sekali diadakan survei kepuasan pelanggan terutama dalam pembahasan biaya sehingga perusahaan mengetahui apakah dengan harga mulai Rp 160.000,- sudah baik untuk perusahaan dan seluruh *customer* atau masih perlu peningkatan lebih.

3. *Place*

Lokasi saat ini berada diarea Kranji, Bekasi. Lokasi kantor yang strategis dan mudah dijangkau, baik untuk karyawan, pelanggan, maupun mitra bisnis. Akses transpotasi umum mudah di jangkau seperti angkutan umum dan ojek *online.* Lokasi perusahaan ini berada di area yang berkembang pesat, dengan banyak perumahan, bisnis, dan kantor yang membutuhkan layanan internet stabil. Lokasi tersebut memudahkan tim *sales* dan teknisi dalam menjangkau pelanggan dengan cepat. Infrastruktur jaringan yang mendukung lokasi perusahaan kami memiliki akses ke jaringan internet dan listrik yang stabil, yang sangat penting untuk bisnis penyedia layanan internet.

Dengan lokasi yang dekat dengan pusat bisnis dan perumahan membuat kantor perusahaan terasa lebih terjangkau dan strategis. Namun tidak menutup kemungkinan para *sales* dan teknisi juga selalu melakukan promosi secara *door-to-door* kepada masyarakat setempat. Sehingga lebih mengetahui *detail* permasalahan yang terjadi atas pemasangan internet (wifi) ini.

4. *Promotion*

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan menggunakan media sosial seperti *Instagram, Facebook.* Dengan cara membagikan konten edukatif, promosi, dan testimoni pelanggan. Promo berlangganan diskon harga untuk pelanggan baru dalam periode tertentu. *Flyer* & brosur di area target Menyebarkan informasi promosi ke calon pelanggan secara langsung. Tim sales turun langsung ke lapangan untuk menawarkan layanan dengan penjelasan lebih personal.

Dengan kombinasi promosi online dan offline, kami terus berusaha meningkatkan brand *awareness*, menjangkau lebih banyak pelanggan, serta memperkuat daya saing PT Global Erasiber Teknologi di industri penyedia layanan internet.

5. *People*

Para calon karyawan/ karywan Gesitnet harus mempunyai *skill. Skill* yang harus digunakan dalam bidang jasa internet ini adalah *splising* atau menyambung kabel *fiber optic* itu yang paling utama, selanjutnya *skill* yang harus dimiliki bagaimana cara menyeting wifi, mengetahui perangkat-perangkat seperti : mikrotik, kabel *fiber optic*, dan cara menyeting wifi seperti ganti password atau memberikan nama *wifi.*

Para karyawan pun harus memberikan pelayanan yang baik, sehingga para *customer* puas. Jika para karyawan Gesitnet tidak memberikan pelayanan terbaik dari segi pelayanan, para customer akan merasa dirugikan.

6. Peningkatan Daya Saing

Berdasarkan tabel 9 diatas, peningkatan perusahaan *provider* menjadi salah satu hambatan dan tantangan GesitNet untuk melakukan ekspansi bisnisnya. Namun, dengan adanya penelitian dan analisis bauran pemasaran yang telah dilakukan dihasilkan sebuah peningkatan terhadap daya saing GesitNet.

Pada tahun 2023 terlihat bahwa GesitNet ini sudah memiliki konsumen tetap dan tiap bulannya bertambah jumlah konsumen dan penjualannya. Namun tidak terlalu banyak dan masih dibawah 100 orang konsumennya. Hal ini membuat pemasukan tetap GesitNet stagnan dan tidak ada kemajuan yang pasti. Penambahan jumlah konsumen hanya sekitar 3-5 orang setiap bulannya. Pendapatannya selama setahun hanya sebesar Rp 132.000.000,-. Walaupun sudah dilakukan promosi secara terus menerus namun tidak ada perubahan signifikan sehingga *owner* merasa perlu analisis lebih agar lebih baik lagi pendapatannya.

Tahun 2024 setelah diadakan penelitian oleh penulis, ada perubahan signifikan pada pendapatan dan jumlah konsumen. Tiap bulan ada penambahan 5-10 orang sehingga pendapatan juga naik. Kenaikan ini disebabkan adanya saran-saran baik dari penulis dan diskusi dengan *owner* serta karyawan. Kenaikan sebesar Rp 41.600.000,- membuat GesitNet dapat melakukan ekpansi bisnisnya yang tadinya hanya *provider* Wi-Fi menjadi pemasangan cctv juga. Ini membuat penambahan jumlah konsumen beserta tingkat kepercayaannya dari konsumen.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai bauran pemasaran terhadap peningkatan daya saing maka dapat disimpulkan yakni sebagai berikut:

1. Tingkat pertumbuhan perusahaan jasa di daerah Kranji Bekasi sangatlah mutlak terjadi. Terlihat pada tahun sebelum 2023 pelopor *provider* wi-fi hanya 3 perusahaan. Pada tahun 2024 bertambah 3 *provider* yang bersaing.
2. Penerapan yang dilakukan adalah melakukan analisis bauran pemasaran lama dengan dibandingkan dengan yang baru. Penerapan yang baru bisa mengurai permasalahan dengan adanya peralatan pemasangan wifi semakin di kuatkan dan ditambah *item* nya, harga semakin dibuat bersaing dengan tidak selalu menaikkan harganya per tahun sehingga masih bisa terjangkau untuk *customer.* Bagian tempat dan promosi sudah cukup baik hanya perlu di pertahankan dan diperluas lagi jaringannya sehingga *customer* semakin banyak mengenal GesitNet, dan terakhir adalah bagian sumber daya manusia (karyawan). Bagian SDM ini hanya perlu peningkatan *skill* yang dimiliki sehingga bila terjadi permasalahan mereka dapat mengatasi dengan baik dan *customer* semakin mempercayai kualitas mereka.
3. Pada tahun 2023 terlihat bahwa GesitNet ini sudah memiliki konsumen tetap dan tiap bulannya bertambah jumlah konsumen dan penjualannya. Namun tidak terlalu banyak dan masih dibawah 100 orang konsumennya. Pendapatannya selama setahun hanya sebesar Rp 132.000.000,-. Sudah dilakukan promosi secara terus menerus namun tidak ada perubahan signifikan. Tahun 2024 setelah diadakan penelitian oleh penulis, ada perubahan signifikan pada pendapatan dan jumlah konsumen. Tiap bulan ada penambahan 5-10 orang sehingga pendapatan juga naik.

DAFTAR PUSTAKA

A.Muri Yusuf. 2014. *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan"*. Jakarta : prenadamedia group.

Alma, Buchari. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Alhamid, T. & Anufia, B. (2019). *Instrumen Pengumpulan Data*. Jurnal Ekonomi Islam STAIN Sorong, 1–20. Retrieved from osf.io

Andi. Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Los Angeles*: SAGE Publications.

Dewi, Ni Putu Diah Erna dan Ni Ketut Seminari. 2017. "*Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Upaya Membangung Keunggulan Bersaing pada hotel Alila Ubud*". E-jurnal Manajemen Ubud. Univesitas Udayana Bali. Vol.6, no. 11, 2017. ISSN : 2302-8912.

Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.

Hidayah, Asmi Ayuning, Suliyanto. 2019. *"Kualitas Website, Merek Website, Reputasi, Rasa Percaya, Dan Risiko yang Dirasakan yang Mempengaruhi Niat Beli Produk Fashion Online Shop."* Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol. 5 No.1, 1-8.

J.Moleong, Lexy. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya,Bandung.

Kotler, P dan Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1.

Terjemahan Bob Sabran. Jakarta Erlangga.

Marlius, Doni. (2017). *"Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang."* Diakses dari https://ojs.akbpstie.ac.id/index.php/jurnal-pundi/article/view/9/28

Muhammad Anwar Fathoni, (2018). *"Konsep Pemasaran dalam Perspektif Hukum Islam,"* Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah, No. 1, 9.

Mohamad, Rifki, And Idris Yanto Niode. (2020). *"Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo."* Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 13, No. 1.