

# Analisis Bauran Pemasaran Untuk Mencapai Target Penjualan Pada PT Borneo Broadband Technology Banjarmasin

Imam Eka Darma<sup>1</sup>, Lydia Goenadhi<sup>2\*</sup>

1,2 STIE Indonesia Banjarmasin

\*) Korespondensi Email: [lydia @ stiei-kayutangi-bjm.ac.id](mailto:lydia@stiei-kayutangi-bjm.ac.id)

---

## Abstract

*PT. Borneo Broadband Technology is a private company that provides communication packages to meet the needs of the community in the telecommunications sector. As a provider of communication service packages is a task for PT. Borneo Broadband Technology to choose the right marketing mix so as to increase customers, increase market penetration, and be able to compete in the communications services business. This study aims to determine the marketing mix and what methods have been carried out by PT Borneo Broadband Technology to achieve sales targets. The results showed that the marketing mix carried out, namely products, prices, promotions, places, people, physical evidence, processes, and customer service have all been applied but have not yet gotten maximum results. The possibility that occurs due to the application that is not yet optimal, therefore to optimize it, it is necessary to conduct a gradual evaluation and good performance. The conclusion is that by applying all the marketing mix is expected to achieve the desired sales target.*

**Keywords:** *marketing mix, services, internet service provider*

---

## 1. Pendahuluan

Pada era globalisasi sekarang ini, telekomunikasi memegang peranan yang sangat penting dan strategis dalam kehidupan manusia. Melalui teknologi komunikasi manusia dapat saling tukar menukar informasi dari jarak jauh dengan waktu yang relatif cepat dan efisien. Perkembangan teknologi yang pesat dan sadar akan pentingnya mendapatkan informasi membuat banyak orang tertarik untuk menggunakan internet sebagai alternatif untuk dapat mengakses informasi melakukan aktivitas komunikasi dengan menggunakan internet. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat sekarang ini, masyarakat membutuhkan akses informasi yang beragam, mudah, cepat dan handal maka merupakan peluang sekaligus tantangan bagi operator layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Banyaknya provider penyedia jasa telekomunikasi yang persaingannya semakin ketat untuk perkembangan sekarang ini PT. Borneo Broadband Technology melakukan inovasi untuk layanan paket komunikasi dimana PT. Borneo Broadband Technology merupakan salah satu Perusahaan Swasta yang menyediakan berbagai paket komunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sektor telekomunikasi.

PT. Borneo Broadband Technology atau biasa disebut sebagai Bagusnet merupakan penyedia layanan komunikasi internet yang belum banyak dikenal oleh masyarakat di Banjarmasin yang beralamat pada jalan KS Tubun No. 163 RT. 15 Banjarmasin. Agar dapat bertahan dan berkembang dengan PT. Borneo Broadband Technology harus dapat menciptakan kemampuan bersaing yang baik dalam memasarkan produk dan mampu memenangkan persaingan. Sebagai penyedia paket layanan komunikasi menjadi tugas bagi PT. Borneo Broadband Technology untuk memilih bauran pemasaran

yang tepat sehingga mampu meningkatkan pelanggan, meningkatkan penetrasi ke pasar, dan mampu bersaing di bisnis layanan komunikasi. Pada PT. Borneo Broadband Technology adalah kurang optimalnya bauran pemasaran paket layanan komunikasi internet Bagusnet yang berdampak pada tidak tercapainya target yang sudah ditentukan.

Mewujudkan pemasaran yang sukses tidak dapat dipisahkan dari kemampuan perusahaan untuk mengelola dan mengkoordinasikan secara tepat instrumen pemasaran yaitu marketing mix. Bauran pemasaran jasa merupakan seperangkat alat yang digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan yang terdiri dari : produk (product), harga (price), promosi (promotion), tempat (place), orang (people), bukti fisik (physical evidence), proses (process), dan customer service. Penelitian ini akan menjawab pertanyaan ini: Bagaimanakah bauran pemasaran yang dilakukan PT. Borneo Broadband Technology Banjarmasin dalam usaha mencapai target penjualan ?

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Data yang disajikan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk kata-kata atau bukan dalam bentuk angka. sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data primer dan dari data sekunder.

## 4. Analisis dan Pembahasan

### 1. Produk (*product*)

PT. Borneo Broadband Technology menggunakan jalur lebar (broadband) yaitu merupakan koneksi Internet transmisi data kecepatan tinggi. Koneksi ini biasanya menggunakan sistem radio untuk menghubungkan titik yang berjauhan, tetapi juga dapat menggunakan sistem komunikasi radio tenaga-tinggi lainnya. Internet wireless layanan internet tanpa kabel dan tanpa biaya telepon. Biaya yang dikenakan adalah hanya untuk pemakaian internet saja. Jenis jaringan internet up to (*shared*) atau jenis jaringan yang biasa digunakan untuk internet rumahan. Karena internet yang diberikan oleh ISP tersebut di bagi sesuai dengan ketentuan yang telah diatur penyedia ISP tersebut. Paket Bagusnet Home yang ditawarkan pada terlihat pada tabel 1 berikut.

**Tabel 1. Bagusnet Home**

No.	Nama Paket	FUP
1.	Up to 5 Mbps	70 GB
2.	Up to 10 Mbps	200 GB
3.	Up to 20 Mbps	500 GB

Sumber: Primer, diolah

Rencana penjualan bagusnet tersebut meliputi pelanggan *new sales* dan yang belum terjangkau jaringan kabel fiber. Dengan keunggulan kecepatan *download* dan *upload* yang simetris, dapat

menjangkau wilayah seluruh kota, memakai jaringan koneksi pribadi tanpa tersambung dengan yang lain (pelanggan), dan selama ada daya pada jaringan internet akan terus terkoneksi (listrik padam). Namun untuk calon pelanggan baru PT. Borneo Broadband Technology banyak yang belum mengetahui apa itu bagusnet dengan fasilitas yang akan di dapat, seluruh perangkat wireless dipinjamkan agar komunikasi internet berjalan dengan lancar. Seperti yang diketahui bahwa zaman sekarang ini internet sangat diperlukan sehingga dapat dipastikan peluang dalam mencapai tujuan perusahaan sangatlah besar. Hal ini karena kebutuhan akan layanan komunikasi internet seperti halnya dengan kebutuhan pokok untuk komunikasi, pekerjaan, pendidikan, dan hiburan.

## b. Harga (*price*)

Harga yang ditawarkan PT. Borneo Broadband Technology kepada Pelanggan . Bagusnet HomeWireless broadband dapat terlihat pada tabel. 2 berikut ini :

**Tabel.2 Harga Bagusnet Wireless**

No.	BagusnetHome Wireless Broadband	Harga (per bulan /Rp)	Kontrak
1	5 Mbps	180.000	-
2	5 Mbps	230.000	1 tahun
3	10 Mbps	360.000	6 bulan
4	20 Mbps	690.000	3 bulan

\*Note: tanpa kontrak akan dikenakan

Setup internet = Rp 450.000, Registrasi = Rp 50.000

Sumber: Data Primer, diolah

Berdasarkan pada harga di atas dimana pelanggan akan diberi dua pilihan yaitu berlangganan dengan kontrak atau tanpa kontrak. Berlangganan dengan kontrak tidak akan dikenakan biaya pemasangan dan sebagainya langsung bayar bulanan. Berlangganan tanpa kontrak akan dikenakan biaya pemasangan dan registrasi dengan promo untuk bulan pertama yaitu Rp 50.000. Untuk pembayaran setiap pelanggan dikenakan pajak 10% untuk penggunaannya dan semua alat dipinjamkan. Untuk menambahkan ataupun menurunkan kecepatan dapat dilakukan dengan cara menghubungi pihak admin. Dalam penetapan harga Bagusnet ini pihak PT. Borneo Broadband Technology menggunakan penetapan harga dimana harga di atas merupakan harga yang sudah ditetapkan berdasarkan dari segala aspek untuk produk bagusnet. Untuk harga normal produk bagusnet ini menjadi kurang menarik dan akan menjadi mahal. Disamping itu penetapan harga untuk produk bagusnet dengan menggunakan penetapan harga relatif dimana harga akan mengikuti gerak pesaing. Penetapan harga PT. Borneo Broadband Technology berdasarkan penyediaan fasilitas dan pelayanan yang

diberikan. Adanya keunggulan kecepatan *download* dan *upload* yang simetris, dapat menjangkau wilayah seluruh kota (pemasangan), memakai jaringan koneksi pribadi tanpa tersambung dengan yang lain (pelanggan), selama ada daya pada jaringan internet akan terus terkoneksi (listrik padam), dan pelayanan yang diproses dalam 1x24 disurvei teknisi ke tempat pelanggan.

### c. Tempat (*place*)

Calon pelanggan yang mau berlangganan Bagusnet dapat menghubungi marketing atau bisa mendatangi kantornya yang berada di jalan KS Tubun No.163 RT.15 Pekauman untuk melakukan pengecekan apakah jaringan menjangkau lokasi tersebut. Pemancar wireless atau biasa disebut *Base Transceiver Station* (BTS) PT. Borneo Broadband mencakup seluruh Banjarmasin. Adapun lokasi jaringan wireless BTS PT. Borneo Broadband Technology yang ada di Banjarmasin sebagai berikut: BTS Pekauman KS Tubun (kantor PT. Borneo Broadband Technology), B TSR Kelayan, B TSR Cempaka Sari, B TSR Basirih, BTS SMAN 13, BTS Selotama, BTS SDN Kertak Hanyar 1, BTS Pemurus Dalam, B TSR AL Hamid, B TSR Kuin Utara, B TSR Alala, B TSR Pelambuan, B TSR Telaga Biru, B TSR Belitung, B TSR Pekapuran, B TSR SMPN 3 Kertak Hanyar, B TSR Sungai Andai JL Nilam 3, BTS Sungai Mufthi, BTS MIN Sungai Lulut, B TSR Sultan Adam, B TSR Kayutangi Hasan Basri, BTS Mahatkasas, BTS Kebun Bunga, B TSR Mahatama, B TSR Mantuil Permai, dan lain-lain. Untuk alat instalasi kabel dan kebutuhan untuk pelanggan dari modem internet, distribusinya dari Sarana Cipta Komputer dan alat penghubung wireless distribusinya dari pemesanan di Bukalapak. Setelah barang kebutuhan untuk pemasangan datang (siap) baru didistribusikan langsung ke pelanggan. Karena penggunaan alat wireless *outdoor* yang dipasang diatas rumah membuat calon pelanggan merasa khawatir akan terjadi masalah seperti tersambar petir ataupun tiangnya roboh. Hal ini juga yang menjadi kendala dalam peningkatan jumlah pengguna bagusnet. Jadi untuk meningkatkan pengguna bagusnet perlu perubahan pada alat jaringan koneksi yang membuat calon pelanggan merasa aman dan puas pada produk Bagusnet .

### d. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan cara yang digunakan PT Borneo Broadband Technology untuk meningkatkan revenue perusahaan. Promosi dengan tujuan untuk membuat calon pelanggan untuk tertarik dengan produk bagusnet. Hampir semua promosi sudah dilakukan PT. Borneo Broadband Technology diantaranya melalui media *online* dan *offline*. Media *online* yaitu menggunakan berbagai sosial media yang dapat mengiklankan jasa atau melalui website resmi. Media *offline* yaitu menggunakan periklanan melalui spanduk atau banner yang bertebar di seluruh kota. PT Borneo Broadband Technology juga melakukan promosi penyebaran brosur di daerah jaringan lokasi *wireless broadband*. Strategi pemasaran ini dipakai untuk memperkenalkan Bagusnet kepada masyarakat dan seluruh karyawan melakukan promosi dan marketing terjun langsung di lapangan dengan menyebarkan brosur ke masyarakat melakukan penawaran *person to person* sehingga masyarakat merasa dekat dengan karyawan PT. Borneo Broadband Technology disamping itu masyarakat akan tertarik untuk mengetahui informasi bagusnet karena banyak masyarakat yang belum mengetahui Bagusnet. Usaha memperluas jaringan

yaitu menjalin hubungan *freelance* dan *reseller* dapat meningkatkan promosi bagusnet. *Freelance* yang dapat memasarkan produk bagusnet tanpa bekerja sebagai karyawan PT. Borneo Broadband Technology. Promosi berupa iklan perlu ditingkatkan mengingat dari pengamatan masih banyak masyarakat yang tidak mengenal PT Borneo Broadband Technology (Bagusnet).

#### **e. Orang (*people*)**

PT. Borneo Broadband Technology dipimpin oleh Direktur Utama dan secara garis besar karyawan yang dimiliki oleh PT. Borneo Broadband Technology terbagi dari Kepala Teknisi, Kepala Marketing dan Administrasi, Kepala Service, Teknisi, Marketing, Admin, Collector, Purchasing dan Customer Service. Kepala Teknisi menangani pembagian tugas teknisi lapangan, memonitoring pemasangan dan menghubungkan koneksi internet. Kepala Marketing dan Administrasi, menangani dalam menetapkan segala hal tentang memasarkan produk, promosi, dan administrasi. Kepala Service menangani perbaikan dan pemeliharaan dengan memonitoring teknisi lapangan dalam melakukan pemeliharaan pada Base Transceiver Station (BTS) maupun perbaikan pada koneksi internet pelanggan. Teknisi, melakukan pekerjaan lapangan yaitu pemasangan/ perbaikan koneksi internet pada konsumen, dan pemeliharaan Base Transceiver Station (BTS). Marketing, melakukan pekerjaan memasarkan produk, bertemu pelanggan, survey tempat, dan pengumpulan data. Administrasi terbagi dua yaitu admin marketing dan keuangan. Admin marketing, melakukan pekerjaan pengecekan data, lokasi yang mau dipasang dapat dijangkau. Seluruh SDM berkewajiban dalam mengedukasi calon pelanggan mengenai produk PT. Borneo Broadband Technology agar pengguna bagusnet mengalami peningkatan. SDM yang ramah kepada pelanggan akan memberikan nilai tambah kepada pelanggan sehingga pelanggan pun merasa pelayanan memuaskan dan berujung pada pelanggan yang loyal pada PT. Borneo Broadband Technology.

#### **f. Proses (*process*)**

Untuk berlangganan bagusnet calon pelanggan dapat menghubungi marketing atau bisa mendatangi kantornya yang berada di Jalan KS Tubun no.163 RT.15 Pekauman dengan membawa KTP. Proses selanjutnya marketing akan survey ke tempat calon pelanggan, menjelaskan produk bagusnet (agar lebih jelas), mengisi formulir pendaftaran pemasangan, mengambil titik koordinat lokasi rumah yang mau dipasangkan dan rumah calon pelanggan tampak depan. Data tersebut dibawa ke kantor untuk pengecekan lokasi sudah menjangkau wilayah tersebut dan memverifikasi ke pelanggan bahwa yang dinyatakan dalam data tersebut benar dan mau berlangganan. Bila data sudah selesai diproses maka dibuatkan formulir pemasangan. Pemasangan dapat menunggu dalam waktu 3x24 teknisi untuk melakukan pemasangan.

Dalam proses PT. Borneo Broadband Technology adalah suatu hal yang wajib dilakukan. Proses disini merupakan langkah-langkah yang menentukan apakah calon pelanggan tersebut mau berlanggan atau tidak dari hasil proses tersebut. Agar tidak terjadinya kesalahpahaman seperti perbedaan yang ditawarkan dan yang disepakati pada formulir yang tertulis.

### **g. Bukti Fisik (*physical evidence*)**

PT. Borneo Broadband Technology memiliki fasilitas tempat menerima tamu, ruang tamu, ruang kerja atasan, ruang kerja admin, ruang monitor, ruangan tempat berkumpul karyawan, ruang server, dll. Setiap ruangan disediakan pendingin ruangan ac dan perlengkapan yang dibutuhkan pada tiap ruangan. Semua karyawan menerima pakaian kerja 3 set dan alat kerja masing-masing karyawan. PT. Borneo Broadband Technology juga menyediakan fasilitas berupa akses internet wifi untuk sekolah – sekolah yang bersedia bekerjasama, dengan meminjamkan seluruh perangkat wireless agar komunikasi internet berjalan dengan lancar maupun kepada pelanggan dan rekan kerjasama lainnya dan pihak PT Borneo Broadband Technology bersedia menerima siswa / siswi yang memiliki izin untuk studi magang. Konsumen dalam memutuskan membeli atau menggunakan jasa dipengaruhi oleh sejumlah faktor, salah satunya *physical evidence*. *Physical evidence* ini dapat membantu menciptakan suasana yang mendukung agar terjadinya pembelian dan juga menimbulkan *image* dalam benak pelanggan tentang jasa yang ditawarkan serta perusahaan itu sendiri. PT. Borneo Broadband Technology menyediakan sarana dan prasarana pada segi pelayanan terdapat SOP yang didukung oleh bukti fisik yang cukup menunjang .

### **h. Customer Service**

*Customer service* disini merupakan bagian dari *stakeholder*, yaitu tugasnya adalah sebagai penghubung antara pelanggan dengan pihak perusahaan. Tugas *customer service* antara lain; menjaga hubungan baik dengan pelanggan, melayani pelanggan dengan maksimal, dan bertanggung jawab menyelesaikan pelayanan yang telah diberikan. Ketika ada tamu datang maka *customer service* menerima tamu dan mendengarkan kebutuhan maupun keluhan yang disampaikan sampai selesai. Menerima panggilan maupun pesan masuk yang ditujukan ke perusahaan. Selalu memantau media sosial yaitu *whatsapp* sebagai media komunikasi dengan respon cepat untuk melayani pelanggan. Masuk komplain akan diproses 1x24 didatangkan teknisi ke tempat pelanggan yang mengalami masalah atau gangguan. Maka akan mengurangi kesalahpahaman kepada pelanggan maupun karyawan perusahaan dan mempercepat penanganan adanya masalah atau komplain yang masuk. Layanan yang diberikan PT Borneo Broadband Technology kepada konsumen saat ini tergolong cukup baik terbukti kesigapan *Customer service* dalam menanggapi keluhan masuk lewat telepon maupun sosial media.

## **Kesimpulan**

Bagusnet adalah internet wireless layanan internet tanpa kabel dan tanpa biaya telepon. Biaya yang dikenakan adalah hanya untuk pemakaian internet saja. Dengan jenis jaringan internet up to (shared) atau jenis jaringan yang biasa digunakan untuk internet rumahan. Dalam penetapan harga bagusnet ini pihak PT. Borneo Broadband Technology menggunakan penetapan harga dimana harga yang sudah ditetapkan berdasarkan dari segala aspek untuk produk bagusnet. Promosi yang dilakukan PT. Borneo

Broadband Technology diantaranya melalui media online dan offline. Media online yaitu menggunakan berbagai sosial media yang dapat mengiklankan jasa atau melalui website resmi. Media offline yaitu menggunakan periklanan melalui spanduk atau banner yang bertebar di seluruh kota. Dan juga memperluas jaringan yaitu menjalin hubungan freelance dan reseller dapat meningkatkan promosi bagusnet, melakukan promosi dalam berbagai cara untuk menginformasikan produk mereka kepada calon konsumen, PT. Borneo Broadband Technology sudah mencoba memberikan pelayanan yang baik, melakukan proses penjualan yang cepat dan tidak merugikan atau berusaha tidak mengecewakan konsumen. Kenyamanan juga akan mempengaruhi dalam pelayanan pelanggan sehingga pelanggan akan merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan PT Borneo Broadband Technology, dengan adanya customer service yang memiliki respon cepat, penanganan yang tepat dan saling berkomunikasi maka akan mengurangi kesalahpahaman kepada pelanggan maupun pihak perusahaan dan mempercepat penanganan adanya masalah atau komplain yang masuk.

## 6. Saran

Dalam segi produk PT Borneo Broadband Technology bisa dapat menambahkan layanan seperti channel tv dalam satu paket untuk dapat menarik calon pelanggan. Harga akan lebih relatif apabila pelanggan membayar sesuai dengan apa yang telah pelanggan gunakan. Kalau pelanggan membayar sesuai yang digunakan maka pelanggan tidak membayar lebih mahal. Distribusi terus diperluas secara intensif bahkan jika memungkinkan tidak sekedar bekerjasama dengan sekolah – sekolah dalam pengoperasian internet di daerah, tetapi perlu mendirikan kantor - kantor cabang yang secara langsung dapat dikendalikan oleh perusahaan. Kegiatan promosi perlu terus dilakukan secara intensif khususnya kepada pelanggan individu. Kegiatan promosi hendaknya lebih bersifat menarik konsumen dan menjangkau masyarakat kelas menengah ke bawah. Promosi berupa iklan perlu ditingkatkan mengingat dari pengamatan masih banyak masyarakat yang tidak mengenal PT Borneo Broadband Technology (Bagusnet).

## Daftar Pustaka

- Anjani (2015). Analisis Strategi Pemasaran Produk Indihome PT. Telkom Kandatel Bantul. Skripsi. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. (<http://eprints.uny.ac.id/28067/>, diakses 4 Oktober 2019).
- Hidayat (2017). Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Tiket Kapal Laut pada Biro Jasa Rizky Travel. Proposal Skripsi. Banjarmasin. STIE Indonesia Banjarmasin.
- Kotler. 2017. Manajemen Pemasaran, Jilid I. Klaten: PT. Intan Sejati.
- Lovelock. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT. Intermasa.
- Mukhtar. 2016. Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta. GP Press Group
- Naibaho (2012). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Berdasarkan Siklus Hidup Produk pada PT. XL Axiata Tbk cabang Medan. (<http://adoc.tips/analisis-strategi-bauran-pemasaran-berdasarkan-siklus-hidup-.html>, diakses 12 Desember 2019)

---

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Manajemen. Edisi 1. Bandung. Penerbit AlfaBeta.

Sulaiman (2018). Strategi Bauran Pemasaran Internet di PT. Indo Internet Jakarta Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Vol.1 No.3 / April 2018.  
(<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/download/1149/>, diakses 6 November 2019)

Tjiptono. 2018 Strategi Pemasaran. Edisi 6. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Tjiptono. 2017. Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.