

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam zaman globalisasi saat ini, komunikasi memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam kehidupan manusia. Terus berkembangnya teknologi informasi menciptakan peluang jaringan bisnis global yang tak terbatas. Ini diimbangi dengan meningkatnya penggunaan internet secara luas tanpa batas. Data dari *International Telecommunication Union (ITU)* mencatat bahwa lebih dari 5,5 miliar orang di seluruh dunia telah terhubung ke internet pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa akses ke internet sekarang bukan hanya kebutuhan sekunder, tetapi telah berubah menjadi kebutuhan utama dalam hidup yang modern. Berkat teknologi komunikasi, orang bisa saling bertukar informasi dari jarak jauh dengan cepat dan efisien. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan kesadaran akan pentingnya akses informasi, banyak orang yang tertarik menggunakan internet sebagai solusi alternatif untuk mendapatkan info mengenai aktivitas sehari-hari. Banyak jenis kegiatan yang terbantu dengan adanya internet sehingga bisa diselesaikan lebih cepat dari seharusnya. Hampir semua aktivitas, baik di bidang pendidikan, pekerjaan, hiburan, hingga transaksi, sangat bergantung pada koneksi internet. Terlebih sejak pandemi COVID-19, ketergantungan pada internet semakin meningkat karena hampir semua aktivitas berpindah ke platform *online*.

Saat ini, orang-orang memerlukan bukan hanya internet yang cepat, tetapi juga harus stabil dan terjangkau. Ini menunjukkan bahwa ada potensi besar di pasar penyedia layanan internet. Persaingan antara penyedia internet semakin meningkat, tidak hanya di kota-kota besar, tetapi juga di daerah seperti kabupaten dan desa yang sebelumnya tidak memiliki akses internet yang baik. Berdasarkan kondisi tersebut penyedia jaringan lokal nirkabel berperan penting dengan menawarkan pilihan yang praktis dan efisien untuk menjangkau lebih banyak orang. Perkembangan cepat dalam teknologi akses jaringan dan teknologi berbasis

internet memungkinkan penyedia layanan untuk menawarkan banyak layanan dalam satu jaringan. Namun demikian, meskipun, kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet semakin tinggi, tidak semua penyedia layanan mampu menjawab tantangan ini secara efektif.

PT Media Balai Nusa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi, atau yang lebih dikenal sebagai penyedia layanan internet (*Internet Service Provider*). Perusahaan ini didirikan oleh tim teknis dan anggota yang kompeten serta dapat diandalkan. Seiring waktu, PT Media Balai Nusa mengalami perkembangan pesat sejak tahun 2022. Dengan komitmen untuk terus berkembang dan memperluas jangkauan layanan, pada tahun 2024 perusahaan ini resmi membuka cabang baru di Kecamatan Bengkalis. Hadir sebagai solusi atas kebutuhan masyarakat akan layanan internet yang stabil dan terjangkau, perusahaan ini mencoba menjawab tantangan infrastruktur dan keterbatasan akses yang selama ini dialami masyarakat.

PT Media Balai Nusa terus berinovasi dalam menghadapi persaingan ketat di industri telekomunikasi. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah meluncurkan produk layanan jaringan lokal nirkabel, lengkap dengan berbagai fasilitas komunikasi untuk memenuhi kebutuhan digital masyarakat saat ini. Inovasi yang diterapkan adalah penyediaan layanan jaringan lokal nirkabel (WiFi) dengan berbagai paket yang bisa dipilih oleh pelanggan sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu, PT Media Balai Nusa juga menawarkan layanan lain, seperti pengembangan aplikasi dan situs web, pemasangan tower jaringan, serta pemasangan CCTV untuk kebutuhan rumah, usaha kecil, dan lembaga. Dengan semakin beragamnya layanan yang ditawarkan, perusahaan ini berupaya memberikan solusi menyeluruh bagi masyarakat dalam hal kebutuhan digital. Mayoritas pelanggan yang telah menggunakan layanan PT Media Balai Nusa mengaku puas terhadap kualitas jaringan dan pelayanan yang diberikan, yang tercermin dari loyalitas pelanggan serta meningkatnya permintaan layanan dari wilayah sekitar.

Tabel 1.1 Data Pelanggan

No	Bulan	Tahun	Jumlah Pelanggan
1.	Oktober	2024	12
2.	November	2024	70
3.	Desember	2024	68
4.	Januari	2025	11
5.	Februari	2025	10
6.	Maret	2025	13
7.	April	2025	12
8.	Mei	2025	14
9.	Juni	2025	11
10.	Juli	2025	12
11.	Agustus	2025	13
12.	September	2025	12
13.	Oktober	2025	14
14.	November	2025	40
15.	Desember	2025	38

Sumber : PT Media Balai Nusa

Berdasarkan data pelanggan perusahaan periode Oktober 2024 hingga Desember 2025 yang disajikan pada Tabel 1.1 jumlah pemasangan pelanggan, terlihat bahwa jumlah pemasangan layanan WiFi mengalami fluktuasi yang cukup dinamis. Pada awal periode, jumlah pelanggan masih relatif rendah karena tingkat pengenalan masyarakat terhadap layanan belum maksimal. Namun, peningkatan signifikan terjadi pada bulan November dan Desember yang menunjukkan adanya lonjakan minat masyarakat terhadap layanan internet. Memasuki tahun 2025, jumlah pemasangan cenderung stabil dengan jumlah pelanggan yang relatif seimbang setiap bulan sebelum kembali meningkat pada akhir tahun.

Tidak dapat dipungkiri bahwa hingga saat ini, banyak kawasan di Kecamatan Bengkalis masih kesulitan untuk mengakses jaringan internet yang memadai. Beberapa desa dan lokasi terpencil masih mengalami masalah dengan sinyal yang lemah, jaringan yang tidak konsisten, atau bahkan sama sekali tidak terjangkau oleh layanan internet. Faktor geografis yang meliputi daerah pesisir, pulau-pulau kecil, dan jarak yang jauh antar pemukiman memberikan tantangan tersendiri bagi pengembangan infrastruktur jaringan kabel. Dalam situasi ini, layanan jaringan lokal nirkabel menjadi solusi alternatif yang sangat sesuai, karena pemasangannya yang lebih fleksibel dan mampu mencapai daerah-daerah yang sulit dijangkau oleh jaringan.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi pasar layanan internet yang cukup besar di Kecamatan Bengkalis dengan jumlah pelanggan yang masih mengalami fluktuasi. Meskipun, kebutuhan masyarakat terhadap internet terus meningkat, minat menggunakan jasa PT Media Balai Nusa belum sepenuhnya stabil. Fenomena ini mengarah pada adanya faktor-faktor tertentu yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa jaringan lokal nirkabel.

Meskipun memiliki potensi pasar yang besar, perusahaan masih menghadapi beberapa tantangan, seperti rendahnya kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan keunggulan layanan yang ditawarkan. Selama ini PT Media Balai Nusa melakukan kegiatan promosi melalui media sosial seperti *Instagram*, *WhatsApp*, penyebaran brosur, pemasangan spanduk atau banner, serta promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Namun, strategi promosi tersebut dinilai belum mampu menjangkau seluruh segmen masyarakat secara optimal sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan maupun keunggulan layanan yang ditawarkan perusahaan. Selain itu, persepsi harga yang dianggap belum sebanding dengan kualitas layanan oleh sebagian masyarakat menjadi hambatan dalam meningkatkan minat penggunaan jasa. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa yang ditawarkan. Dalam konteks pemasaran, promosi dan harga merupakan dua variabel penting yang dapat memengaruhi minat beli konsumen.

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, terdapat berbagai faktor yang memengaruhi konsumen untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk atau jasa. Salah satu faktor penting adalah kualitas layanan yang diberikan. Namun demikian, selain kualitas, promosi juga memiliki peran strategis dalam menarik perhatian dan membangun ketertarikan konsumen. Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, membujuk, serta mengingatkan konsumen mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, baik melalui iklan, penjualan pribadi, maupun media sosial. Promosi yang dilakukan secara efektif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap

keberadaan dan keunggulan layanan, sehingga mendorong munculnya minat untuk menggunakan jasa tersebut. Oleh karena itu, evaluasi terhadap kegiatan promosi perlu dilakukan agar perusahaan mampu mempertahankan dan mengembangkan pasar yang ada.

Selain promosi, penetapan harga juga merupakan aspek penting dalam strategi pemasaran. Harga menjadi pertimbangan utama bagi konsumen karena berkaitan langsung dengan kemampuan dan kesediaan mereka untuk membayar. PT Media Balai Nusa perlu menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan persepsi nilai yang dirasakan pelanggan. Persepsi harga yang dianggap terlalu tinggi dapat menurunkan minat konsumen, sedangkan harga yang terjangkau dan sebanding dengan kualitas layanan dapat meningkatkan ketertarikan serta keputusan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.

Menurut Nur, dkk (2022) minat beli konsumen menjadi indikator awal keberhasilan strategi pemasaran suatu perusahaan. Minat beli berkaitan dengan niat atau kecenderungan konsumen untuk memilih dan menggunakan suatu produk atau jasa. Konsumen yang memiliki minat menunjukkan adanya perhatian, ketertarikan, serta keinginan untuk mencoba atau menggunakan layanan tersebut. Dengan strategi promosi yang tepat dan penetapan harga yang sesuai, pelanggan akan lebih terdorong untuk menggunakan jasa jaringan lokal nirkabel. Sebaliknya, apabila strategi pemasaran yang diterapkan tidak efektif, maka perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menarik dan meningkatkan minat pelanggan. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang dijalankan PT Media Balai Nusa harus optimal dan tepat sasaran agar mampu meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan penelitian oleh Barus, dkk (2022) promosi dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan yang kemudian mendorong minat beli konsumen. Promosi yang menarik dapat meningkatkan kesadaran konsumen sekaligus membangun persepsi nilai yang positif terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Selanjutnya, penelitian oleh Nur, dkk (2022) juga menunjukkan bahwa harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan, dengan kepercayaan pelanggan sebagai

faktor penghubung yang penting. Selain itu, penelitian oleh Sefrianti (2024) menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat dalam menggunakan layanan internet Iconnet. Hal ini menunjukkan bahwa faktor harga dan kualitas layanan juga menjadi pertimbangan penting dalam meningkatkan minat konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut memiliki perbedaan pada objek, lokasi, dan karakteristik responden. Sebagian besar penelitian dilakukan pada perusahaan ritel, marketplace, maupun penyedia layanan internet berskala nasional, sedangkan penelitian mengenai pengaruh promosi dan harga terhadap minat menggunakan jasa pada penyedia jaringan lokal nirkabel di daerah, khususnya PT Media Balai Nusa Kecamatan Bengkalis, masih sangat terbatas. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya menunjukkan bahwa promosi dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen, sementara pada PT Media Balai Nusa masih ditemukan fenomena berupa fluktuasi jumlah pelanggan meskipun kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet terus meningkat.

Dalam kondisi tersebut, diperlukan evaluasi terhadap strategi promosi dan penetapan harga yang diterapkan perusahaan. Wilayah dengan keterbatasan akses jaringan sebenarnya memiliki potensi besar sebagai pasar tetap, asalkan perusahaan mampu menyampaikan pesan promosi yang tepat dan menawarkan harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Menggunakan Jasa Jaringan Lokal Nirkabel pada PT Media Balai Nusa”**. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan dengan lebih baik seberapa besar pengaruh promosi dan harga terhadap minat masyarakat, serta memberikan saran strategis bagi PT Media Balai Nusa dalam meningkatkan keberhasilan pemasarannya.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh promosi dan harga terhadap minat menggunakan jasa jaringan lokal nirkabel pada PT Media Balai Nusa ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan di lakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh promosi dan harga secara simultan/secara bersama-sama terhadap minat menggunakan jasa jaringan lokal nirkabel pada PT Media Balai Nusa.
2. Untuk menganalisis pengaruh promosi secara parsial terhadap minat menggunakan jasa jaringan lokal nirkabel pada PT Media Balai Nusa.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap minat menggunakan jasa jaringan lokal nirkabel pada PT Media Balai Nusa.

1.4 Manfaat Penelitian

Pengaruh promosi dan harga terhadap minat menggunakan jasa Jaringan Lokal Nirkabel pada PT Media Balai Nusa memberikan manfaat kepada penulis, pelaku perusahaan/instansi dan pihak lain. Adapun manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Penelitian Bagi Penulis
Penelitian ini memberikan manfaat sebagai cara untuk memperluas pengetahuan dan pandangan penulis dalam memahami lebih baik tentang strategi pemasaran, terutama dalam hal promosi dan penentuan harga, serta dampaknya terhadap minat pembeli. Selain itu, penelitian ini juga merupakan bentuk penerapan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di dunia usaha, yang dapat meningkatkan kemampuan analisis dan berpikir kritis penulis.
2. Manfaat Penelitian Bagi Perusahaan/Instansi
Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan evaluasi untuk PT Media Balai Nusa dalam merancang strategi pemasaran yang lebih

efisien, khususnya dalam aspek promosi dan penentuan harga. Dengan memahami bagaimana kedua elemen ini mempengaruhi ketertarikan konsumen, perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih fokus untuk menambah jumlah pelanggan serta memperkuat posisi mereka di pasar lokal.

3. **Manfaat Penelitian Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan referensi bagi pihak lain yang memiliki ketertarikan di bidang pemasaran, termasuk akademisi, mahasiswa, dan pelaku usaha lainnya. Hasil dari penelitian ini dapat berfungsi sebagai panduan dalam mengambil keputusan strategis mengenai promosi dan harga, serta sebagai landasan untuk penelitian selanjutnya yang membahas tema serupa.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada bidang manajemen pemasaran yang membahas pengaruh promosi dan harga terhadap minat menggunakan jasa jaringan lokal nirkabel pada PT Media Balai Nusa. Penelitian dilakukan pada masyarakat di wilayah Kecamatan Bengkalis sebagai calon maupun pengguna layanan jaringan lokal nirkabel.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari promosi (X_1) dan harga (X_2) sebagai variabel independen, serta minat menggunakan jasa (Y) sebagai variabel dependen. Analisis penelitian berfokus pada pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa jaringan lokal nirkabel.

Agar pembahasan penelitian lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya membahas variabel promosi dan harga terhadap minat menggunakan jasa, tanpa memasukkan variabel lain seperti kualitas layanan, kepuasan pelanggan, maupun citra merek.

2. Objek penelitian dibatasi pada PT Media Balai Nusa sebagai penyedia layanan jaringan lokal nirkabel di Kecamatan Bengkalis.
3. Responden penelitian adalah masyarakat Bengkalis yang mengetahui atau pernah menggunakan layanan PT Media Balai Nusa.
4. Data penelitian dibatasi pada periode pelaksanaan penelitian dan tidak membahas strategi perusahaan di luar konteks penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian Analisis pengaruh promosi dan harga terhadap minat menggunakan Jasa Jaringan Lokal Nirkabel pada PT Media Balai Nusa yang disusun untuk memberikan gambaran umum tentang proyek yang dibuat sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis mengemukakan dasar serta permasalahan yang akan dibahas, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan laporan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka yang berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesa yang menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan pokok pembahasan dan penelitian terdahulu dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisa penelitian ini.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian mengacu pada prosedur dan teknik sistematis yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data, menganalisis informasi, dan mencapai tujuan penelitian yang ditentukan. Hal ini mencakup pendekatan umum yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan dan menganalisis data, serta cara mereka mengatur dan menyajikan hasil penelitiannya. Metode penelitian juga meliputi pemilihan instrumen penelitian yang digunakan, teknik pengambilan sampel, dan analisis data.

BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan dan pembahasan. Hasil penelitian tugas akhir berisikan data yang mencakup antara lain: untuk menganalisis pengaruh promosi dan harga terhadap minat menggunakan Jasa Jaringan Lokal Nirkabel pada PT Media Balai Nusa.

BAB 5 : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir, yang mana akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, kemudian penulisan memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat.