

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Pemasaran ialah kunci sukses sesuatu bisnis. Pemasaran merupakan sesuatu proses yang dilakukan secara manajerial seorang maupun kelompok dalam mendapat keinginan konsumen, dengan cara mewujudkan pengeseran produk oleh kubu lain. Seorang orang maupun kelompok memuaskan kebutuhan, dan keinginan mereka dengan produk secara luas produk di definisikan, tujuannya agar Produk atau jasa tersebut bisa ditawarkan kepada seorang atau kelompok, guna memuaskan kebutuhan Konsumen.

Internet di Indonesia saat ini adalah kebutuhan yang sangat penting, di era Pandemi COVID-19 yang terjadi di Indonesia dan Dunia. Indonesia memiliki pengguna internet paling aktif di Asia, dan jumlahnya terus bertambah setiap tahunnya. Pada tahun 2013, hanya 29% orang Indonesia yang menggunakan internet. tapi sampai februari 2020 64 persen yang menggunakan Layanan Internet saat ini dan jumlah tersebut akan terus bertambah karena banyak orang yang memakai Internet dalam masa pandemi COVID-19 dan di prediksi hampir 90 persen masyarakat Indonesia menggunakan layanan Internet dalam masa Pandemi COVID-19. Saat ini banyak masyarakat menggunakan akses Internet dalam masa pandemi COVID-19 untuk sarana komunikasi jarak jauh, sekolah secara daring, berkerja secara daring dan lain-lain.

Saat ini masyarakat banyak memilih Internet Service Provider (ISP) agar layanan internet di rumah lancar. banyak perusahaan Internet di Indonesia yang menawarkan Layanan Internet dengan Harga yang

Terjangkau. Berapa Provider Internet Service Provider (ISP) di Indonesia diantaranya Indihome yang dimiliki oleh Telkom, First Media yang dimiliki oleh Lippo Grup, My Republic Indonesia yang dimiliki oleh Grup Sinarmas, CBN yang dimiliki oleh Grup Salim serta MNC Play yang dimiliki oleh MNC Vision Networks (di bawah naungan MNC Grup).

Seiring penyedia Internet Service Provider (ISP) menawarkan Layanan Internet dengan Harga Terjangkau membuat masyarakat harus memilih Provider Internet dengan Kualitas Internet yang baik dengan Harga sesuai budget dari konsumen itu sendiri, Para Pemasar harus menyakinkan Konsumen untuk memilih Penyedia Layanan Internet sesuai dengan keinginan dan minat konsumen tersebut. Maka objek penelitian di teliti adalah MNC Play sebagai perusahaan Internet Service Provider (ISP) di Indonesia milik MNC Vision Networks (di bawah naungan MNC Grup).

MNC Play selalu Memberikan Kualitas pelayanan semaksimal mungkin kepada para pelanggan/konsumen MNC Play baik Pelanggan baru (melakukan pendaftaran via sales) atau pelanggan lama MNC Play. Kualitas layanan harus dimulai dengan tuntutan pelanggan dan diakhiri dengan pengetahuan pelanggan tentang kualitas layanan, di mana pemahaman pelanggan tentang kualitas layanan adalah penilaian penuh terhadap kesempurnaan layanan. Tujuan MNC Play Memberikan Kualitas Layanan agar pelanggan/konsumen merasa nyaman dalam penggunaan layanan Internet dan TV Berlangganan dari MNC Play apalagi kebutuhan internet masih sangat dibutuhkan di tengah Pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia. Selain itu dampak dari kualitas pelayanan MNC Play berdampak ke Pelanggan Baru yang ingin

berlangganan MNC Play karena Calon konsumen/pelanggan ingin melihat kualitas MNC Play dari pelanggan yang sudah berlangganan

Kualitas produk dapat memenuhi minat konsumen yang berencana membeli barang atau jasa dari para pemasar sesuai keinginan konsumen. Untuk menerima kebahagiaan dari konsumen, perusahaan wajib menaruh kualitas produk yang mempunyai nilai jual yang tinggi. Kualitas produk ialah produk yang memiliki hubungan melekat atas kebahagiaan pelanggan apabila kualitas produk bisa dievaluasi berdasarkan kapasitas produk menghasilkan kebahagiaan konsumen. (Kotler dan Amstrong,2018:63)

Untuk Menjual suatu produk perusahaan harus memiliki Strategi yang tepat dalam menjual jasa tersebut MNC Play selaku penyedia layanan *Internet Service Provider* di Indonesia terus berinovasi dalam pengembangan produk mereka. Saat ini MNC Play Menjual Layanan Intenet dan Televisi berlangganan dengan harga yang sangat terjangkau bagi masyarakat mulai dari 269 ribu per bulan konsumen dapat menikmati layanan internet cepat dan TV Berlangganan dengan kualitas full High Definition (HD) seerta bisa menonton ulang tayangan televisi selama 7 Hari kebelakang jika konsumen tidak sempat menonton acara televisi yang di inginkan oleh konsumen. Selain itu konsumen MNC Play mendapatkan gratis layanan Vision+ untuk menonton tayangan dari televisi berlangganan MNC Play di mana saja asalkan ada jaringan internet melalui handphone dan computer/laptop tanpa ada biaya tambahan,selain bisa menonton tayangan dari televisi berlangganan MNC Play, Vision+ juga menawarkan berbagai konten lain seperti Film,Serial dan *Video On Demand* (VOD) dari program-program yang tayang di Televisi *Free To Air* (FTA) dari MNC Grup seperti

RCTI,MNCTV,GTV dan iNews. Selain menjual layanan Internet dan Televisi berlangganan MNC Play menjual Dekoder Playbox untuk merubah TV Biasa menjadi *Smart TV* dengan menggunakan Jaringan Internet, Dekoder Playbox selain bisa menonton TV Berlangganan dari MNC Play juga memiliki fungsi yang sama dengan Handphone Android pada umumnya seperti bisa install aplikasi dari google playstore,melihat Youtube dan aplikasi Streaming lain melalui Televisi,bermain games dari Televisi, mendengarkan Musik via aplikasi Spotify di Televisi serta adanya fitur Google Assitant seperti halnya Handphone Android pada umumnya, untuk dekoder Playbox ini dijual mulai dari 1 juta rupiah (peangkat menjadi hak milik konsumen) pelanggan bisa menikmati gratis 3 bulan semua channel dari MNC Play.

Strategi yang dilakukan MNC Play yaitu selalu memberikan Promosi untuk pelanggan baru dan lama, MNC Play melakukan promosi kepada pelanggan baru dan lama yaitu memberikan program bayar 5 bulan gratis 1 bulan iuran berlangganan (Untuk pemakaian 6 bulan) atau bayar 9 bulan gratis 3 bulan iuran berlangganan (untuk pemakaian 12 bulan) dengan metode bayar di depan melalui cicilan kartu kredit,transfer,pembayaran melalui e-coomerce,dan pembayaran tunai melalui minimarket. Pelanggan bisa menghemat sampai 200 ribu-2 juta per tahun Manakala mengambil paket 6 bulan atau 1 tahun dengan metode bayar di depan, selain itu MNC Play di Bulan sejak September 2020 memberlakukan promo beli 1 ragam tontonan gratis 1 ragam tontonan artinya pelanggan dapat membeli 1 Ragam Tontonan (Channel Televisi tambahan dari TV Berlangganan MNC Play sesuai keinginan Konsumen) mendapatkan gratis 1 ragam tontonan dengan harga yang sama dengan paket ragam tontonan yang di beli oleh konsumen.

Strategi yang dilakukan MNC Play adalah Harga, Harga ialah kuantitas yang dibayarkan oleh konsumen penentuan harga sangat penting karena sebagai salah satu faktor calon pelanggan/konsumen berlangganan MNC Play. Untuk saat ini harga paket MNC Play tergolong cukup murah di banding Provider Internet lain dalam jangka waktu yang panjang karena beberapa provider lain hanya memberikan promo untuk pelanggan selama 6 bulan sampai 1 tahun (Tegantung Kebijakan Provider bersangkutan), setelah itu kembali ke harga normal minimal di atas 300 ribu per bulan.

Strategi yang dilakukan MNC Play yang dilakukan oleh para pemasar untuk berjualan produk MNC Play yaitu Untuk MNC Play di cabang Surabaya para pemasar berjualan layanan MNC Play di area perumahan yang sudah ditentukan oleh atasan di sekitar Surabaya dan Sidoarjo Jawa Timur, selain itu MNC Play juga mengadakan Pameran dengan Mobil dari MNC Play di area perumahan tertentu yang telah ditentukan oleh atasan dan pihak MNC Play cabang Surabaya.

Berdasarkan hal tersebut di atas, penulis sangat ingin melakukan studi tentang Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap minat konsumen berlangganan layanan internet di MNC Play dalam kondisi pandemic COVID-19. Penulis mengambil objek penelitian pada perusahaan MNC Play dengan alasan banyak konsumen yang berlangganan layanan internet dari Internet Service Provider (ISP) Khususnya di tengah pandemi COVID-19, serta MNC Play adalah salah satu Perusahaan Internet Fiber Optik tercepat di Indonesia yang dimiliki oleh MNC Grup dengan Harga berlangganan yang terjangkau bagi masyarakat. penulis menetapkan judul penelitian ini yaitu : **“PENGARUH PELAYANAN, HARGA, PROMOSI TERHADAP MINAT KONSUMEN**

## **UNTUK BERLANGGANAN LAYANAN INTERNET DI MNC PLAY DALAM KONDISI PANDEMI COVID-19”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang diatas maka dapat di ambil beberapa Rumusan masalah sebagai Berikut :

1. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk berlangganan layanan internet di MNC Play dalam kondisi pandemi COVID-19 ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap minat konsumen untuk berlangganan layanan internet di MNC Play dalam kondisi pandemi COVID-19 ?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap minat konsumen untuk berlangganan layanan internet di MNC Play dalam kondisi pandemi COVID-19 ?
4. Apakah Pelayanan, Harga, dan Promosi berpengaruh secara silmultan terhadap minat konsumen untuk berlangganan layanan internet di MNC Play dalam kondisi pandemi COVID-19 ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas maka tujuan dalam pembuatan penelitian tersebut adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Pelayanan terhadap minat konsumen untuk berlangganan layanan internet di tengah pandemi COVID-19
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap minat konsumen untuk berlangganan layanan internet di tengah pandemi COVID-19
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap minat konsumen untuk berlangganan layanan internet di tengah pandemi COVID-19
4. Untuk mengetahui Pelayanan, Harga, dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen untuk berlangganan layanan internet di tengah pandemi COVID-19.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

##### 1. Aspek Akademis

Penelitian ini dapat digunakan untuk memperluas wawasan tentang penelitian berdasarkan teori dan telah di uji kebenarannya serta sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga di gumakan sebagai tugas akhir untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi.

##### 2. Aspek Pengembangan ilmu pengetahuan

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi MNC Play selaku industry jasa agar memahami Perilaku Konsumen sehingga dapat di gunakan sebagai informasi pengembangan usaha.

##### 3. Aspek Praktis

a. Bagi MNC Play di harapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai tolak ukur keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Perusahaan,serta meberikan masukan atau saran berkaitan tentang evaluasi tersebut.

b. Penelitian ini di harapkan memberikan kemudahan sebgai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan dan paran dosen serta masyarakat umum mengenai kepuasan pelanggan.



