

STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN TERHADAP JARINGAN INTERNET NIRKABEL (WIFI) PT. DEACOM TEKNOLOGI DI DESA SIPODECENG

Muh Iffan Suardi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang
Jln. Kabupaten Sidenreng Rappang, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia.

E-mail : muhirfansuardi037@gmail.com

diterima: 29/7/2024; direvisi: 30/7/2024; diterbitkan: 26/9/2024

Abstract: Marketing strategy is one of the basics used in developing overall company planning, Wi-Fi has gained enormous public acceptance. The problem formulation in the strategy for improving wireless internet network (WIFI) marketing is maintaining good relationships with existing customers, increasing sales promotions, and customer relationship management systems help businesses understand customer needs, track interactions, and provide more personalized and responsive service. The aim of this research is to find and analyze the strategies used by PT. Deacom Technology in Sipodeceng Village to increase marketing of wireless internet networks (WiFi). In the current digital era, getting fast and stable internet access is very important, especially in rural areas where infrastructure is limited. The sample for this research was 57, the methods used in this research included observation, communication, and use of WiFi services. The research results show that PT. Deacom Technology must improve several marketing strategies, such as improving services, creating more efficient promotional programs, and increasing price adjustments. Therefore, PT. Deacom Technology to improve marketing of wireless internet networks (WIFI) in Sipodeceng Village is considered "good". The use of mobile devices such as smartphones, tablets and laptops has recently increased, increasing the demand for fast and reliable internet connections everywhere. As a result, many fields such as tourism, education, business, and industry are experiencing an increase in demand for fast and reliable Wi-Fi services. A communication strategy is a plan made consciously to overcome the difficulties a person faces in achieving communication goals. Stations sharing one radio frequency communication channel are a combination of computer and interface controller

Keywords: *Strategy, Marketing, and WIFI Network*

PENDAHULUAN

Interaksi manusia dan akses informasi telah berubah secara dramatis sebagai hasil dari kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi. Pengenalan jaringan internet nirkabel, atau Wi-Fi, telah menjadi salah satu inovasi terpenting di bidang teknologi. Wi-Fi telah menjadi infrastruktur penting yang memungkinkan konektivitas dan akses internet gratis di berbagai tempat seperti rumah, kantor, tempat umum, pusat perbelanjaan, restoran, hotel, dan tempat lainnya. Penggunaan Wi-Fi sangat populer karena kemudahan dan kemudahan penggunaan. Penggunaan perangkat seluler seperti smartphone, tablet, dan

laptop sedang meningkat akhir-akhirini,meningkatkan permintaan akan jaringan internet yang cepat dan andal. Akibatnya, permintaan akan jaringan internet yang cepat dan andal meningkat di berbagai industri seperti pariwisata, pendidikan, bisnis, dan industry. Mereka berpendapat bahwa strategi komunikasi adalah rencana yang dibuat secara sadar untuk mengatasi masalah yang dianggap menjadi kendala bagi seseorang dalam mencapai tujuan komunikasi tertentu. Sahana dan rekan., 2021).

Stasiun adalah kumpulan komputer dan pengontrol antarmuka. Satu saluran frekuensi radio digunakan oleh semua stasiun radio. Setiap stasiun dalam

jangkauan menerima transmisi melalui saluran ini. Ketika sebuah alat WiFi berada dalam jangkauan sebuah jaringan nirkabel yang terhubung ke internet, alat tersebut memiliki kemampuan untuk terhubung ke internet. Yulianto dan Bacharuddin pada tahun 2016. Namun, di daerah pedesaan seperti Desa Sipodeceng, akses internet masih menjadi salah satu masalah terbesar yang dihadapi masyarakat. Karena berada di dalam ruangan, sekitar 25% penduduk Sipodeceng tidak memiliki koneksi internet yang baik. Sebaliknya, Desa Sipodeceng memiliki peluang yang bagus untuk memanfaatkan teknologi internet untuk meningkatkan kualitas hidup dan memperkuat masyarakat. Namun, karena infrastruktur dan jangkauan layanan internet yang terbatas, warga Desa Sipodeceng belum dapat memanfaatkan teknologi internet dengan sepenuhnya.

Tahu cara membuat rencana yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan, menjangkau segmen pasar yang tepat, dan memanfaatkan peluang pertumbuhan saat ini. Strategi pemasaran Wi-Fi harus mempertimbangkan keamanan dan privasi pengguna di era digital saat ini karena ancaman keamanan dunia maya dan permintaan privasi yang tinggi. Penyedia layanan Wi-Fi harus mengambil tindakan untuk melindungi data pengguna sambil mempertahankan kecepatan dan kualitas jaringan untuk membangun kepercayaan pelanggan di desa sipodeceng.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat judul proposal yaitu “Strategi Peningkatan Pemasaran Terhadap Jaringan Nirkabel (WIFI) PT. Deacom Teknologi di Desa Sipodeceng”

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi manajer menggunakan istilah "strategi" untuk menggambarkan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan perusahaan dalam konteks lingkungan kompetitif. Sebuah strategi menunjukkan bagaimana, kapan, dan di

mana perusahaan akan berkompetisi, dan untuk tujuan apa perusahaan berkompetisi. Pemasaran adalah bidang bisnis strategis yang mengatur bagaimana pemrakarsa membuat, menyampaikan, dan mengubah nilai untuk pemangku kepentingannya.

Pelayanan, baik produk fisik atau virtual, adalah faktor penting bagi pembeli saat memilih suatu produk kualitas pelayanan sebelum dan sesudah pembelian adalah cara lain untuk mengetahui kualitas barang. Biaya adalah uang tunai atau ekuivalen yang diberikan untuk membeli barang atau jasa yang diharapkan akan menguntungkan perusahaan sekarang atau di masa mendatang. Jaringan Internet Nirkabel adalah kumpulan sistem komputer, perangkat lunak, dan perangkat jaringan lainnya yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Secara sederhana, jaringan komputer terdiri dari sejumlah komputer yang memiliki proses dan mekanisme yang terhubung satu sama lain dan berkomunikasi satu sama lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Tujuan penelitian ini adalah Strategi Peningkatan Pemasaran Terhadap Jaringan Internet Nirkabel (WI-FI) Persiapkan bahwa ini dilakukan menggunakan angka dan statistic dalam pengumpulan serta analisis data yang dapat diukur. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian untuk mendapatkan mendapatkan survei, kuisioner, eksperimen, observasi, yang berarti Memberikan gambaran yang jelas tentang masalah yang akan diselidiki dan mengidentifikasinya dan secara sistematis menjelaskan informasi yang ada. Penelitian ini dilakukan di PT. Deacom Teknologi khususnya di Desa Sipodeceng, Kec. Baranti, Kab. Sidenreng rappang, Sulawesi Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui strategi peningkatan pemasaran terhadap jaringan

internet nirkabel (wifi) PT. Deacom Teknologi di Desa Sipodeceng, maka perlu diminta tanggapan responden mengenai indikator strategi pemasaran serta indikator jaringan internet nirkabel. Sebagaimana menurut pendapat responden digambarkan dalam beberapa tabel sebagai berikut:

Rekapitulasi indikator strategi pemasaran

Indikator Efektivitas Program	Persentase
Segmentasi Pasar	63%
Targeting	67%
Positioning	66%
Jumlah	196%
Rata-rata persentase $196/3 = 65\%$	

Sumber Data: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan rekapitulasi indikator strategi pemasaran yang disajikan pada tabel persentase indikator terkait segmentasi pasar sebesar 63%, persentase indikator strategi pemasaran terkait targeting 67%, persentase indikator strategi pemasaran terkait positioning sebesar 66%, dengan jumlah persentase sebesar 196%. Didapatkan hasil persentase yaitu 65%. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator strategi pemasaran berada pada kategori "Baik".

Jika dibandingkan dengan segmentasi pasar, targeting, dan positioning tabel rekapitulasi indikator strategi pemasaran menunjukkan bahwa segmentasi pasar jauh lebih rendah yaitu hanya 63%. Dibandingkan dengan targeting, dan positioning.

Rekapitulasi indikator jaringan internet nirkabel

Rekapitulasi indikator jaringan internet nirkabel	Persentase
Kecepatan akses wifi	66%
Jangkauan area	68%
Kemudahan penggunaan wifi	66%
Keamanan akses wifi	68%
Jumlah	268%

Rata-rata persentase $268/4 = 67\%$

Sumber Data: Hasil Olah Data 2024

Persentase rata-rata indikator jaringan internet nirkabel adalah 67%, sesuai tabel. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa indikator ini termasuk dalam kategori "Baik". Jika dibandingkan dengan Kecepatan akses wifi, jangkauan area, kemudahan pengguna wifi dan keamanan akses wifi tabel rekapitulasi indikator jaringan internet nirkabel menunjukkan bahwa kecepatan akses wifi dan kemudahan pengguna wifi jauh lebih rendah yaitu hanya 66%. Dibandingkan dengan jangkauan area, dan keamanan akses wifi.

Efektivitas program variabel X memiliki nilai total sebesar 564. Rumus berikut dapat digunakan untuk menentukan persentase total:

$$\begin{aligned} \text{Hasil ideal} &= \frac{\text{total frekuensi jawaban}}{\text{bobot tertinggi} \times \text{jumlah pertanyaan} \times \text{jumlah responden}} \times 100\% \\ &= \frac{564}{5 \times 3 \times 57} \times 100\% \\ &= \frac{564}{855} \times 100\% = 65\% \end{aligned}$$

Hasilnya, nilai strategi pemasaran adalah 66% dari hasil 100% yang diharapkan. Variabel Y untuk jaringan internet nirkabel memiliki nilai total sebesar 768. Rumus berikut dapat digunakan untuk menentukan persentase total:

$$\begin{aligned} \text{Hasil ideal} &= \frac{\text{total frekuensi jawaban}}{\text{bobot tertinggi} \times \text{jumlah pertanyaan} \times \text{jumlah responden}} \times 100\% \\ &= \frac{768}{5 \times 4 \times 57} \times 100\% \\ &= \frac{768}{1.140} \times 100\% = 67\% \end{aligned}$$

Jadi nilai jaringan internet nirkabel adalah 67% dari hasil yang diharapkan 100%.

Dengan menggunakan rumus hasil ideal, nilai total dari variabel X dan Y digunakan untuk menentukan persentasenya masing-masing, seperti yang ditunjukkan pada rumus di bawah ini:

$$\text{Hasil ideal} =$$

$$\frac{\text{total frekuensi jawaban}}{\text{bobot tertinggi} \times \text{jumlah pertanyaan} \times \text{jumlah responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{564 + 768}{5 \times 7 \times 57} \times 100\%$$

$$= \frac{1332}{1995} \times 100\% = 66\%$$

Jika dilihat dari rumus diatas maka terdapat 66% kurang dari 100% Dimana 66% merupakan kategori “Cukup Berpengaruh”

Berdasarkan akumulasi hasil di atas diketahui bahwa segmentasi pasar terhadap jaringan internet nirkabel di desa Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang cukup berpengaruh/tidak baik dengan persentase sebesar 66%.

Indikator Strategi Peningkatan Pemasaran

- 1) Segmentasi Pasar; Berdasarkan indikator teori yang digunakan dalam penelitian ini, segmentasi pasar adalah sejauh mana dapat memahami suatu segmentasi pasar. Frekuensi paling rendah adalah 4 dengan jawaban sangat tidak baik dan frekuensi paling tinggi 19 dengan jawaban baik, sehingga diperoleh hasil presentase 63% maka dapat disimpulkan bahwa segmentasi pasar dalam strategi peningkatan pemasaran di Desa Sipodeceng Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang termasuk kategori Baik.
- 2) Targeting; Berdasarkan indikator teori yang digunakan dalam penelitian ini, targeting adalah sejauh mana dapat memahami suatu targeting. Frekuensi paling rendah adalah 4 dengan jawaban sangat tidak baik dan frekuensi paling tinggi 25 dengan jawaban baik, sehingga diperoleh hasil presentase 67% maka dapat disimpulkan bahwa targeting dalam strategi peningkatan pemasaran di Desa Sipodeceng Kecamatan Baranti,

Kabupaten Sidenreng Rappang termasuk kategori Baik.

- 3) Positioning; Berdasarkan indikator teori yang digunakan dalam penelitian ini, Positioning adalah sejauh mana dapat memahami suatu posisi. Frekuensi paling rendah adalah 6 dengan jawaban sangat tidak baik dan frekuensi paling tinggi 23 dengan jawaban baik, sehingga diperoleh hasil presentase 66% maka dapat disimpulkan bahwa positioning dalam strategi peningkatan pemasaran di Desa Sipodeceng Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang termasuk kategori Baik.

Indikator Jaringan Internet Nirkabel

- 1) Kecepatan Akses Wifi; Berdasarkan indikator teori yang digunakan dalam penelitian ini, kecepatan akses wifi dapat diartikan sebagai seberapa cepat data dapat diunduh atau diunggah dari internet ke perangkat kita. Frekuensi paling rendah adalah 5 dengan jawaban sangat tidak baik dan frekuensi paling tinggi 25 dengan jawaban baik, sehingga diperoleh hasil presentase 66% maka dapat disimpulkan bahwa kecepatan akses wifi dalam jaringan internet nirkabel di Desa Sipodeceng Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang termasuk kategori Baik.
- 2) Jangkauan Area; Berdasarkan indikator teori yang digunakan dalam penelitian ini, jangkauan area koneksi wifi tergantung pada router yang menyediakan frekuensi radio melalui WiFi. Frekuensi paling rendah adalah 5 dengan jawaban sangat tidak baik dan frekuensi paling tinggi 24 dengan jawaban baik, sehingga diperoleh hasil presentase 68% maka dapat disimpulkan bahwa jangkauan area dalam jaringan internet nirkabel di Desa Sipodeceng Kecamatan

Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang termasuk kategori Baik.

- 3) Kemudahan Penggunaan Wifi; Berdasarkan indikator teori yang digunakan dalam penelitian ini, kemudahan penggunaan wifi menawarkan akses yang mudah karena memungkinkan perangkat terhubung ke internet tanpa kabel, memungkinkan pengguna mengakses internet dari mana saja dalam jangkauan jaringan. Frekuensi paling rendah adalah 5 dengan jawaban sangat tidak baik dan frekuensi paling tinggi 21 dengan jawaban baik, sehingga diperoleh hasil presentase 66% maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan wifi dalam jaringan internet nirkabel di Desa Sipodeceng Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang termasuk kategori Baik.
- 4) Keamanan Akses Wifi; Berdasarkan indikator teori yang digunakan dalam penelitian ini, keamanan akses wifi telah meningkat seiring waktu. Dengan adanya protokol seperti WPA3, jaringan WiFi sekarang lebih aman dari ancaman seperti hacking dan, melindungi data pengguna dari akses yang tidak sah. Frekuensi paling rendah adalah 2 dengan jawaban sangat tidak baik dan frekuensi paling tinggi 24 dengan jawaban baik, sehingga diperoleh hasil presentase 68% maka dapat disimpulkan bahwa keamanan akses wifi dalam jaringan internet nirkabel di Desa Sipodeceng Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang termasuk kategori Baik

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil Kesimpulan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa: Nilai presentase dari indikator Strategi Peningkatan Pemasaran di Desa Sipodeceng, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang adalah 65% berada pada kategori baik Sedangkan nilai presentase dari indikator Jaringan Internet Nirkabel di Desa Sipodeceng, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang adalah 67% berada kategori baik.

Berdasarkan kesimpulan yang dipaparkan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut: Tingkatkan kecepatan dan stabilitas koneksi internet PT. Deacom Teknologi untuk pengguna WIFI Desa Sipodeceng, dan tawarkan berbagai paket internet yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran pelanggan, seperti paket harian, mingguan, serta bulanan. Sediakan layanan pelanggan yang responsif dan efektif yang menangani keluhan dan pertanyaan pelanggan, menetapkan harga yang menguntungkan namun tetap mempertimbangkan daya beli masyarakat Desa Sipodeng.

DAFTAR PUSTAKA

- Sosro. Manajemen Pemasaran, Hlm 117-120, 15–56.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah. 1(2).
- Fitriani, A. (2013). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Biaya Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Pada BUMN. Jurnal Ilmu Manajemen, 1(1), 137–148. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/1501>.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>

- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2023). No Title. 6–38.
- Informasi, F. T., Radiffa, M., Perdana, P., Studi, P., Teknik, D., Informasi, F. T., Kristen, U., & Wacana, S. (2022). NIRKABEL (WiFi) BERBASIS MIKROTIK DI PENGEMBANGAN JANGKAUAN JARINGAN NIRKABEL (WiFi) BERBASIS MIKROTIK DI.
- Kiwang, A. S., Pandie, D. B. W., & Gana, F. (2011). KEBIJAKAN PUBLIK DAN EFEKTIVITAS ORGANISASI. 8, 31–36.
- Ley 25.632. (2002). 濟無No Title No Title No Title. 2014, 10–28.
- Manajemen, M., Dakwah, S., & Kontemporer, E. (n.d.). Model Manajemen Strategi Dakwah di Era Kontemporer. 79–90.
- Mubarok, N. (2017). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista. 3(1), 73–92.
- Rustianti, D. P., Reza, T. S., Studi, P., Bisnis, A., Studi, P., Bisnis, A., & Bisnis, A. (2022). Jurnal administrasi bisnis. 2(2), 193–207.
- Sahana, W., Islam, U., & Sumatera, N. (2021). Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies. 2, 25–37.
- Samsumar, L. D., & Hadi, S. (2018). PENGEMBANGAN JARINGAN KOMPUTER NIRKABEL (WiFi) MENGGUNAKAN MIKROTIK ROUTER (STUDI KASUS PADA SMA PGRI AIKMEL). 4(1), 1–9.
- Sendiri, M., Rm, P., Tompasso, P., Ekonomi, F., & Akuntansi, J. (n.d.). No Title. 2(3), 30–37.
- Yulianto, N., & Bacharuddin, F. (2016). Perancangan Sistem Informasi Parkir dengan WiFi Berbasis Arduino. 7(3), 132–137.
- Zebua, D., Putri Farida Zebua, D., Elhan Gea, N., & Natalia Mendrofa, R. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli Marketing Strategy Analysis in Increasing Product Sales in Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. 1299 Jurnal EMBA, 10(4), 1299–1307.