

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Di akhir penulisan tesis ini peneliti ingin memberikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan. Setelah melakukan wawancara, observasi dan survey kepada 1000 orang responden yang tinggal di Jakarta dan sekitarnya, maka selanjutnya data yang diperoleh tersebut diolah dan dianalisa dengan menggunakan pendekatan teori Porter dan Fred R. David. Melalui analisa dan pendekatan terhadap teori-teori tersebut, kemudian diperoleh hasil bahwa:

INDUSTRI

- Dari hasil analisa terhadap industri *Pay TV*, maka PT Broadband Multimedia Tbk masih berhasil menempatkan posisinya sebagai *market leader*.
- Indovision masih menjadi *market leader* untuk produk DTH dengan menguasai lebih dari 90%.
- Dengan adanya kemajuan teknologi yang sangat cepat, PT Broadband Multimedia Tbk telah berinisiatif memanfaatkan sebaik-baiknya teknologi yang dimilikinya untuk mengembangkan usaha memperluas cakupan area dan melakukan ekspansi.
- Faktor-faktor kunci yang mempengaruhi industri *Pay TV* adalah *Low entry barrier*, kualitas jaringan dan harga.

CUSTOMER

- Masih adanya ketidakpuasan dari konsumen terhadap produk Telkomvision dan pelayanan dari Indovision.
- Tingkat ketidakpuasan konsumen terhadap TV lokal masih sangat tinggi.
- Dari hasil survey diketahui bahwa minat masyarakat terhadap SMART TV sangat besar.

Selain dari kesimpulan di atas diperoleh juga beberapa kesimpulan lain yang dapat dilihat pada bab 4, dimana pada bab tersebut dijelaskan kesimpulan-kesimpulan yang berguna bagi konsumen, PT Broadband Multimedia Tbk dan produk yang akan diluncurkannya.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisa yang telah dilakukan maka diharapkan hal tersebut dapat bermanfaat bagi PT Broadband Multimedia dan produk yang ditawarkan, serta bagi masyarakat (khususnya masyarakat yang tinggal di Jakarta dan sekitarnya). Saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada PT Broadband Multimedia Tbk adalah:

STRATEGIC INITIATIVES

- Lebih berfokus kepada SMART TV dengan tetap melakukan peningkatan terhadap jaringan Kabelvision yang sudah ada saat ini

- Menunda proses ekspansi Kabelvision di Bekasi dan sekitarnya dan lebih baik mengalihkan dananya bagi SMART TV
- Apabila PT Broadband Multimedia Tbk tetap ingin untuk melakukan proyek SMART TV dan ekspansi Kabelvision secara bersamaan, maka *product overlap* tidak akan dapat dihindari. Namun hal ini dapat diminimalisasi dengan cara melakukan segmentasi daerah dan pendekatan kepada *customer* untuk memilih produk yang sesuai.
- Menjadikan SMART TV sebagai ‘pembuka jalan’ bagi pelaksanaan ekspansi Kabelvision
- Kerjasama dengan partner (ASTRO), dipastikan akan membantu perusahaan terutama dari segi teknologi dan finansial
- Untuk memperluas *customer network*, sinergi dengan perusahaan group Lippo lainnya sangatlah menguntungkan, misal dengan Matahari, Lippo Karawaci dan Lippo Bank
- Perlu meningkatkan promosi dalam upaya memperkenalkan produk baru yang akan diluncurkan kepada masyarakat.

TECHNOLOGY

- Terus berinovasi dan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada.

CUSTOMER

- Meningkatkan dan mengembangkan sistem pelayanan customer yang lebih baik untuk menambahkan nilai tambah bagi pelayanan PT Broadband Multimedia Tbk.

Bagi para konsumen (non pelanggan Kabelvision) hendaknya lebih selektif dalam memilih produk yang ditawarkan dengan mempertimbangkan segi keuntungan dan kerugiannya agar dapat diperoleh tingkat kepuasan yang tinggi dalam menikmati sajian informasi dan hiburan.

5.3. Open Problem

Karena adanya keterbatasan waktu dan biaya, maka peneliti tidak dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam. Namun peneliti membuka kesempatan untuk para peneliti yang lain untuk meneliti lebih lanjut:

- Langkah-langkah strategis yang harus diambil oleh PT Broadband Multimedia Tbk untuk tetap mempertahankan posisinya sebagai *market leader* dan memenangkan persaingan dalam industri.
- Proyek-proyek yang akan dilakukan oleh PT Broadband Multimedia Tbk di masa mendatang
- PT Broadband Multimedia Tbk dengan menggunakan alat-alat analisa konsep strategi lainnya yang belum digunakan dalam penelitian ini
- Analisa strategi dari segi finansial perusahaan.