

Penerapan strategi bundling pada industri televisi berlangganan di Indonesia : Analisa profitabilitas dan dampaknya terhadap welfare masyarakat

D.N. Filia Dewi Arga, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=123335&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri Televisi Berlangganan belum lama berkembang di Indonesia. Namun hadirnya lima provider dalam pasar nasional Indonesia saat ini dengan strateginya masing-masing membuat persaingan perebutan pelanggan menjadi panas. Strategi paling umum yang diterapkan oleh perusahaan televisi berlangganan adalah bundling, yaitu kombinasi lebih dari satu barang yang digabungkan ke dalam satu penawaran dengan harga yang lebih rendah dibandingkan harga individualnya. Dalam industri televisi berlangganan ada tiga jenis bundling yang biasa dilakukan, yaitu channel bundling ? menggabungkan beberapa channel ke dalam satu paket; package bundling?menawarkan paket tambahan yang dapat diambil dengan syarat mengambil paket utama sebelumnya; serta product bundling ?menawarkan produk lain seperti koneksi internet ke dalam penawaran produk televisi berlangganan. Ketiga jenis bundling tersebut merupakan aplikasi dari persaingan harga yang diterapkan secara berbeda oleh masing-masing perusahaan di dalam pasar oligopoli industri televisi berlangganan di Indonesia demi merebut pangsa pasar terbesar. Lalu, bagaimana profitabilitas dari penerapan strategi bundling pada industri televisi berlangganan di Indonesia? Serta bagaimana dampak dari strategi tersebut pada welfare masyarakat? Dua pertanyaan inilah yang akan dibahas dalam makalah ini.

<hr>

Five players in the national Pay-TV Industry are tightening the competition with the execution of their own marketing strategies. The most common strategy to win the subscribers-snatch-away competition is the bundling strategy ?offering one deal for two or more products. Pay-TV Industry in Indonesia implements this strategy in three ways: Channel Bundling ?offering channels not individually but together in a package; Package Bundling ? offering an extended package which require the basic package to be bought formerly; and Product Bundling ?combining another product outside the Pay-TV product, such as an internet connection, together with the Pay-TV product. Each of them has their own profitability and of course an impact towards social welfare. How profitable are those bundling strategy implementation in the Indonesian Pay-TV Industry? And what are the impacts towards social welfare? These two questions are what the writer is going to answer in this paper.