

Strategi pengembangan unit bisnis direct to home pay TV PT. Broadband Multimedia Tbk.

Waskito Wikantayasa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=83024&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan DVB sebagai standard global untuk penyiaran televisi digital melalui satelit telah menghasilkan aplikasi Direct To Home (DTH). Aplikasi DTH yang bersifat open system ini, dengan ditunjang oleh kemampuan interoperability, fleksibilitas dan aspek komersial telah membawa dampak penggunaan bandwidth secara lebih efisien dan dapat memberikan layanan siaran multi program ke pelanggan dengan murah dan mudah. Fenomena ini harus disikapi oleh para operator Pay TV yang saat ini sedang menghadapi dampak globalisasi dan era liberalisasi yang penuh persaingan.

PT. Broadband Multimedia sebagai market leader dalam bisnis Pay TV di Indonesia haruslah merumuskan strategi perusahaan yang tepat dan bersikap adaptif terhadap perkembangan aplikasi DTH ini untuk mempertahankan dan memenuhi keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu dalam tesis ini dilakukan kajian formulasi strategi perusahaan dan analisis perencanaan bisnis DTH Pay TV dengan melihat aspek pasar, aspek teknik, aspek organisasi dan manajemen serta aspek keuangan yang bertujuan memberikan masukan kepada manajemen PT. Broadband Multimedia dalam menetapkan strategi pengembangannya.

Dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternal (dengan metode matrik IE dan matrik QSP) diperoleh kesimpulan : PT. Broadband Multimedia harus menetapkan strategi intensif pengembangan pasar dengan cara mengembangkan bisnis DTH Pay TV. Dari analisis aspek pasar didapatkan jumlah pelanggan Pay TV saat ini hanyalah sekitar 4,3 % dari jumlah keluarga kelas A di Indonesia, dan proyeksi jumlah pelanggan yang akan dicapai unit bisnis dalam 10 tahun adalah 347.465 pelanggan. Untuk kriteria desain teknik, sistem DTH akan mengacu pada standar DVB-S dengan menggunakan satelit Palapa C-2. Dalam menjalankan bisnis DTH ini, akan dibentuk suatu unit bisnis Baru yang terbagi atas 5 divisi yaitu Top Management, Technical & Operation Division, Accounting and Finance Division, Sales & Marketing Division dan HRD, Legal & General Affairs Division. Sedangkan berdasarkan perhitungan kriteria investasi, didapatkan hash : NPV : Rp 28. 527.499.701; IRR 23,08%; PI : 23,08%; ARR : 125,44%; dan PP : 6 tahun 2 bulan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa bisnis DTH Pay TV ini sangat layak untuk dikembangkan oleh PT. Broadband Multimedia. Dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perubahan saldo dan arus kas, berturut-turut dari faktor yang paling sensitive adalah jumlah pelanggan pada tahun pertama, perubahan nilai tukar US Dollar terhadap rupiah, tarif langganan Paket 2 dan Paket 3, penambahan jumlah pelanggan per tahun, tarif langganan Paket 1, pajak pendapatan, komisi penjualan, marketing budget dan initial charge.

<hr><i>The improvement of DVB as a global standard for digital television broadcasting via satellite has resulted the Direct To Home application. The DTH application is an open system which is supported by capabilities of interoperability, flexibility and commercial aspect, has had effect of the using bandwidth

efficiently, and given multi channel broadcast services to end user cheaper and easier. Pay TV operators, who are at this moment facing the effect of globalization and liberalism era which full of competition, have to react against this phenomenon.

PT. Broadband Multimedia Tbk. as the market leader in the Pay TV business in Indonesia should formulate the exact company strategy and adaptive to DTH application improvement in' order to survive and achieve the wants, the hopes and the needs of the consumers. With regard to previous idea stated, this thesis' will observe company's strategy formulation and analyze the DTH Pay TV business plan by observing the market aspect, the technical aspect, the organization and management aspect, and also the financial aspect which purpose to give input to PT. Broadband Multimedia management to come to a decision of their development strategy.

By analyzing the internal and external environment (using IE 8 QSP Matrix Methods) the conclusion is PT Broadband Multimedia has to implement the market development strategy intensively by developing the DTH Pay TV business. From market aspect view, the number of Pay TV subscribers in Indonesia in 2003 is approximately only 4.3% of the number of class A family in Indonesia, and the projection of the subscriber number will be reached in ten years is 347,465 subscribers. For the technical design criteria, the DTH system will refer to DVB-S standard by using Palapa C-2 Satellite. For running this DTH Pay business, a new business unit will be performed which consist of five divisions : Top Management, Technical and Operation Division, Accounting and Financial Division, Sales and Marketing Division, and HRD, Legal & General Affairs Division. Based on the investment criteria calculation, the results are the NPV : Rp 28.527.499.701; the IRR : 23,08%; the PI : 23,08%; the ARR : 125,44%; and the PP : 6 years & 2 months. The results indicate that the DTH Pay TV business is very feasible to be developed by PT. Broadband Multimedia. The factors which influent to the changes of the cash flow- the sequence from the most sensitive factor- among others: the subscriber number in the first year, the exchange rate of USD to Rupiah, the monthly fee of Package 2 and 3, the increasing of subscriber number per year, the monthly fee of Package 1, income tax, selling commission, marketing budget and initial charge.</i>