

KESIMPULAN

Dari analisis yang dilakukan terhadap strategi pengembangan layanan FWA Indosat, StarOne, dengan menggunakan analisis SWOT dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. StarOne berada pada kuadran 2, artinya masih memiliki peluang dalam mengembangkan layanan FWA-nya, namun kelemahan dan ancaman StarOne yang cukup tinggi ini harus di minimalkan dengan memaksimalkan berbagai kekuatan yang sebenarnya dimiliki layanan StarOne dan mensiasati ancaman yang ada.
2. Dengan mempertimbangkan kekuatan internal bisnis dan daya tarik industri, diperoleh hasil rasio internal : eksternal = 1,794 : 2,140 yang menunjukkan bahwa StarOne masuk dalam sel 6, yaitu *retrenchement*-strategi.
3. Strategi bersaing, yang dapat dilakukan Indosat untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu :
 1. *Cost Leadership*, memberikan harga jual yang lebih murah daripada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai/kualitas produk yang sama.
 2. Diferensiasi, yaitu memberikan perbedaan yang berarti pada produk StarOne yang dihasilkan dibandingkan produk pesaing, misalnya menciptakan manfaat tambahan dari layanan StarOne kepada konsumen seperti koneksi internet dengan kualitas lebih baik dari Flexy dan Esia, meningkatkan kualitas suara, koneksi dengan layanan seluler GSM Indosat lainnya seperti Mentari, Matrix dan IM3.
 3. Strategi fokus, berdasarkan hasil survey Markplus seperti tampak pada Gambar 4.13 pasar yang sebaiknya disasar adalah untuk usia Sekolah Menengah Atas (SMA) dan sebaiknya di luar area Surabaya dan Sumatra karena di luar area tersebut masih sangat kecil jumlah pelanggannya.