

ABSTRAK

Nama : D. N. Filia Dewi Arga
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Judul : Penerapan Strategi *Bundling* pada Industri Televisi Berlangganan di Indonesia: Analisa Profitabilitas dan Dampaknya Terhadap *Welfare* Masyarakat.

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.

Kata kunci: Televisi Berlangganan, *Bundling*, Pasar Oligopoli, dan *Welfare*.

ABSTRACT

Name : D. N. Filia Dewi Arga
Study Program : Economics
Title : Bundling Strategy Implementation on the Indonesian Pay-TV
Industry: Profitability Analysis and Its Impact Towards Social Welfare.

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.

Key words: Pay-TV, Bundling, Oligopoly Market, and Welfare.