

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari pemaparan penelitian dari pembahasan diatas dimana didapatkan rangkuman yang dapat dijelaskan berikut ini :

1. Berdasarkan gambaran model bisnis canvas PT Multi Teknologi Telematika (MTT) saat ini, perusahaan menghadapi tantangan dalam pengelolaan sumber daya manusia, pengembangan *website*, dan manajemen kepuasan pelanggan. Namun, perusahaan memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan dengan memperluas layanannya ke segmen ritel dan meningkatkan fokus pada pemasaran *digital*. Dalam menghadapi kompetisi, perusahaan perlu lebih maksimal dalam memanfaatkan keberadaan teknologi dan sumber daya yang dimiliki. Peningkatan infrastruktur dan manajemen hubungan pelanggan akan menjadi kunci keberhasilan di masa depan.
2. Dengan menganalisis komponen model bisnis canvas MTT, dapat disimpulkan bahwa nilai lebih bagi pelanggan pada produk *homynet* MTT *Networks* terletak pada kualitas jaringan internet cepat, stabil, dan aman dari ancaman siber. Dengan memberikan harga internet yang terjangkau, pemasaran yang menggunakan tim penjualan langsung, *E-Paper*, dan *website* memberikan informasi detail, serta pelayanan pelanggan yang responsif, menjadi faktor penting dalam menciptakan nilai tambah. Adanya fokus pada berbagai segmen pelanggan, seperti perusahaan, pemerintah, dan konsumen

perumahan, menunjukkan upaya perusahaan untuk menyediakan solusi yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing segmen. Keseluruhan, strategi bisnis PT Multi Teknologi Telematika (MTT) pada produk *homynet* MTT *Networks* menciptakan nilai lebih melalui kombinasi kualitas, aksesibilitas, dan pelayanan yang memadai.

3. Berdasarkan analisis dan perencanaan efektifitas pemasaran dengan model SOSTAC, MTT *Networks* memiliki potensi yang besar untuk efektif memperkenalkan produk *homynet* melalui strategi *digital marketing* di media sosial. Wawasan pelanggan yang mendalam memungkinkan pemahaman yang lebih baik terhadap kebutuhan, preferensi, dan perilaku pelanggan terhadap layanan internet. Meskipun basis pelanggan masih terbatas, fokus kepada sosial media seperti *Facebook* dan *Instagram* dapat meningkatkan pengenalan produk *Homynet*. Meski *website* serupa dengan pesaing, perhatian khusus pada aktivitas *TikTok* diperlukan. Dengan pemantauan kinerja yang terus-menerus, perusahaan dapat menyesuaikan strategi secara *real-time*, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan bersaing secara efektif. MTT *Networks* memiliki kekuatan dalam saluran pemasaran *online* melalui *website* dan media sosial sebagai pendekatan multi-saluran, meskipun beberapa platform kurang optimal. Dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor nasional, perbaikan dalam strategi pemasaran *digital* perlu dilakukan dengan meningkatkan aktivitas dan interaksi di platform media sosial. Dengan tujuan membangun keberadaan merek *homynet*, strategi global menggunakan konsep 5S Objective dan taktik 4P marketing mix dirancang

untuk menarik kelompok pelanggan yang tepat. Dengan pengukuran keberhasilan melalui KPI, MTT *Networks* berencana mengimplementasikan strategi ini selama empat bulan pertama dengan kontrol terus-menerus, menjadikannya landasan sistematis untuk mengoptimalkan hasil dan memastikan kesuksesan kampanye *homynet*.

4. Berdasarkan usulan model bisnis canvas yang diajukan oleh Perusahaan Jasa Penyediaan Internet PT Multi Teknologi Telematika (MTT), Homynet memiliki potensi untuk menerapkan inovasi di masa mendatang berikut ini
 - a. Dengan memperkuat kolaborasi dengan key partners, seperti penyedia jaringan induk dan mitra pemasaran, Homynet dapat meningkatkan efisiensi dalam perencanaan jaringan, pengelolaan infrastruktur, serta operasional dan perawatan jaringan. Dalam meningkatkan customer relationships, fokus pada pelatihan karyawan, pengembangan produk, dan pelayanan pelanggan yang inovatif dapat menjadi poin penting.
 - b. Dalam menasar customer segments, Homynet dapat terus meningkatkan nilai proposisinya dengan menawarkan layanan Internet Service Provider (ISP) Fixed Broadband yang cepat, stabil, aman, dan terpercaya. Kemudahan dalam pendaftaran, pembayaran, pengaduan, serta adanya program promosi dapat menjadi daya tarik bagi berbagai segmen pelanggan, termasuk rumah tangga, perumahan, dan bisnis.
 - c. Penerapan key resources seperti tenaga ahli IT, teknisi, dan teknologi GPON serat optik, dapat mendukung Homynet dalam memberikan layanan berkualitas. Channels promosi melalui iklan, website, sosial

media, grup pelanggan, developer perumahan, serta kerjasama dengan kepala daerah dan institusi dapat diperkuat untuk meningkatkan penetrasi pasar.

- d. Dalam mengelola cost structure, Homynet perlu mempertimbangkan biaya penyediaan jaringan, operasional perusahaan, pengiriman perlengkapan, perawatan pelanggan, kapasitas tidak terpakai, dan aktivitas pendukung lainnya. Sebagai revenue streams, biaya berlangganan internet, bundling dengan layanan lain seperti IPTV & CCTV, serta kontrak dengan pemerintahan dapat menjadi sumber pendapatan yang signifikan.
5. Dalam memperkenalkan Homynet di masa mendatang, PT Multi Teknologi Telematika (MTT) memiliki pilihan strategi digital marketing yang terintegrasi dan berfokus pada peningkatan branding serta interaksi pelanggan. Dengan mengutamakan peningkatan kualitas website, MTT Networks bertujuan memberikan pengalaman online terbaik dan meningkatkan visibilitas melalui SEO. Pemanfaatan media sosial, khususnya Facebook dan Instagram, menjadi strategi utama dengan menyusun konten yang kreatif dan interaktif. Kampanye berbayar dan targeting canggih di platform ini diharapkan dapat menjangkau audiens yang tepat sasaran. Selanjutnya, menjadikan media sosial sebagai saluran interaksi aktif dengan pelanggan, memperbaiki layanan pelanggan melalui komunikasi langsung di Facebook dan Instagram. Terakhir, MTT Networks berkomitmen untuk terus memantau dan menganalisis kinerja kampanye digital untuk menyesuaikan

strategi secara real-time. Dengan fokus pada interaktivitas, personalisasi, dan responsivitas, perusahaan bertujuan memaksimalkan potensi media sosial dan website sebagai alat utama pemasaran, membangun brand awareness yang kuat, dan meningkatkan konversi di pasar yang semakin kompetitif.

5.2 Saran

Dari hasil pembahasan serta kesimpulan yang telah dijabarkan, berikut adalah saran yang sesuai dengan temuan tersebut:

1. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Prioritaskan pengembangan keterampilan karyawan terutama dalam teknologi informasi, manajemen, dan layanan pelanggan. Program pelatihan dan pengembangan yang berkelanjutan dapat membantu mengatasi tantangan dalam pengelolaan sumber daya manusia.
2. Optimalisasi *Website* dan Hubungan Pelanggan dengan meningkatkan dalam pengembangan *website*, termasuk peningkatan desain dan konten yang lebih informatif. Fokuskan pada manajemen hubungan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan menyediakan layanan yang responsif dan solutif terhadap kebutuhan pelanggan.
3. Perluasan Layanan ke Segmen Ritel dengan memanfaatkan potensi pertumbuhan dengan memperluas layanan ke segmen ritel. Pemahaman mendalam terhadap kebutuhan konsumen perumahan dapat menjadi landasan untuk merumuskan produk dan layanan yang lebih sesuai.

4. Optimalisasi Strategi *Digital Marketing* dengan fokus pada media sosial seperti Facebook dan Instagram.
5. Memperkuat kolaborasi dengan *key partners*, termasuk penyedia jaringan induk dan mitra pemasaran, untuk meningkatkan efisiensi operasional. Terus kembangkan inovasi pada BMC dengan meningkatkan nilai proposisi kepada pelanggan, terutama melalui pelayanan pelanggan yang inovatif.
6. Atur cost structure dengan cermat, termasuk biaya penyediaan jaringan dan operasional. Maksimalkan *revenue streams* dengan menawarkan paket *bundling* dan menjalin kontrak dengan pemerintahan.
7. Peningkatan Kualitas Website dan Media Sosial untuk memberikan pengalaman pengguna terbaik dan meningkatkan *visibilitas* melalui SEO. Manfaatkan media sosial, terutama *Facebook* dan *Instagram*, sebagai saluran interaksi aktif dengan pelanggan.
8. Implementasikan strategi global dengan menggunakan konsep 5S Objective dan taktik 4P marketing mix. Pilih platform yang optimal untuk meningkatkan aktivitas dan interaksi di media sosial.
9. Pemantauan dan analisis kinerja kampanye *digital* secara terus-menerus. Gunakan KPI untuk mengukur keberhasilan dan lakukan penyesuaian strategi jika diperlukan.
10. Tingkatkan keamanan siber *homynet* sebagai nilai lebih utama produk. Fokus pada perlindungan terhadap ancaman siber akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas layanan internet *Homynet*.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan PT Multi Teknologi Telematika (MTT) dapat lebih efektif mengatasi tantangan, memaksimalkan potensi pertumbuhan, dan memperkuat posisi *homynet* di pasar yang semakin kompetitif.