

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai perancangan model bisnis inovatif layanan Wi-Fi publik menggunakan pendekatan *Blue Ocean Strategy* (BOS) yang divalidasi melalui metode *Choice-Based Conjoint* (CBC), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis peluang yang dilakukan menggunakan *Six Path Framework* menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih menghadapi keterbatasan akses internet publik gratis. Mayoritas pengguna hanya dapat memanfaatkan fasilitas Wi-Fi di *café*, restoran, atau perpustakaan, yang jumlah dan jangkauannya sangat terbatas. Selain itu juga ditemukan potensi penghasilan berdasarkan iklan, kolaborasi dengan usaha di area sekitar, hingga kolaborasi dengan pemerintah kota untuk menciptakan *smart city*. Selain itu analisis menggunakan *Buyer Utility Map* menemukan 5 *customer pain point* yaitu, Ketidakstabilan jaringan (*Use-Productivity*), Biaya akses (*purchase-productivity*), Kompleksitas proses yang dilakukan sebelum dapat mengakses (*purchase-simplicity*), Masalah Keamanan (*Risk Reduction-Use*), dan Keterbatasan area akses (*use-convenience*).
2. Hasil visualisasi strategi, hasil menggunakan ERRC *Grid* strategi *Eliminate–Reduce–Raise–Create* mampu menggambarkan arah inovasi nilai secara konkret. Faktor biaya akses dihapus untuk meniadakan hambatan bagi pengguna, kecepatan jaringan diturunkan ke level moderat agar efisien secara operasional, sementara cakupan area diperluas untuk menjangkau lebih banyak pengguna. Selain itu, diciptakan nilai baru berupa sistem pembiayaan berbasis iklan *digital*. Lalu visualisasi pada *Strategy Canvas* memperlihatkan bahwa model BOS memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan layanan Wi-Fi konvensional seperti WiFi.id, Wi-Fi *café*, dan perpustakaan publik dalam hal keterjangkauan, kemudahan *login*, serta jangkauan

area. Strategi ini berhasil menciptakan posisi kompetitif baru yang tidak bersaing secara langsung dengan penyedia layanan eksisting, melainkan membuka ruang pasar baru yang belum tergarap.

3. Hasil pengukuran preferensi masyarakat menggunakan metode *Choice-Based Conjoint* memperkuat validitas model bisnis yang dirancang. Dari lima atribut yang diuji, yaitu cara akses, kecepatan jaringan, cakupan area, iklan, dan login, ditemukan bahwa cara akses layanan dan kecepatan jaringan merupakan faktor yang paling memengaruhi keputusan pengguna. Responden menunjukkan preferensi yang sangat tinggi terhadap layanan yang dapat diakses secara gratis dan memiliki kecepatan yang stabil. Analisis ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna menghargai kecepatan jaringan, faktor akses gratis tetap menjadi pendorong utama dalam pengambilan keputusan. Sementara itu, atribut iklan dan login memiliki pengaruh yang lebih kecil, yang menunjukkan bahwa keberadaan iklan masih dapat diterima apabila diimbangi dengan manfaat berupa akses gratis.
4. Hasil visualisasi Model bisnis menggunakan BMC, menggambarkan bahwa model bisnis ini mengandalkan kerja sama dengan pemerintah daerah, penyedia layanan internet, dan pemilik lokasi strategis untuk menyediakan akses internet gratis bagi masyarakat sekaligus menjadi media promosi *digital* bagi pengiklan. Kegiatan utama mencakup pemasangan serta pemeliharaan jaringan, pengelolaan platform iklan, dan penjualan kemitraan, dengan sumber daya utama berupa infrastruktur jaringan, perangkat lunak, serta izin lokasi. Pendapatan diperoleh dari iklan dan sponsor, sedangkan biaya utama meliputi operasional jaringan, pemasaran, dan gaji pegawai. Melalui saluran seperti website, media sosial, dan akses WiFi publik, model bisnis ini menciptakan hubungan interaktif dengan pelanggan dan menawarkan nilai tambah berupa akses internet gratis serta peluang promosi yang efektif.

## 6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai perancangan model bisnis inovatif layanan Wi-Fi publik menggunakan pendekatan *Blue Ocean Strategy* (BOS) yang divalidasi melalui metode *Choice-Based Conjoint* (CBC), berikut adalah saran yang dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya:

1. Penggabungan metode *Blue Ocean Strategy* (BOS) dan *Choice-Based Conjoint* (CBC) dalam penelitian ini berhasil saling melengkapi dalam merancang model bisnis inovatif layanan Wi-Fi publik. Pendekatan BOS mampu mengidentifikasi peluang dan arah inovasi strategi, sementara metode CBC memberikan validasi kuantitatif berdasarkan preferensi pengguna. Integrasi kedua metode ini menghasilkan analisis yang komprehensif dengan menggabungkan eksplorasi strategis dan bukti empiris, sehingga dapat menjadi pendekatan yang layak diterapkan pada penelitian atau pengembangan model bisnis serupa di masa mendatang.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan beragam agar hasil analisis yang diperoleh memiliki tingkat akurasi dan generalisasi yang lebih tinggi. Dengan memperluas cakupan responden berdasarkan demografi, wilayah, dan tingkat penggunaan layanan digital, hasil *Choice-Based Conjoint* akan mampu merepresentasikan preferensi masyarakat secara lebih komprehensif serta memperkuat validitas model bisnis yang dikembangkan.
3. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan lebih banyak tempat atau fasilitas umum yang mungkin belum terbaca agar hasil penelitian lebih akur dan menyeluruh.