

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan studi kasus Vidio.com tentang strategi pengembangan bisnis pemasaran digital, hambatan yang dihadapi pengguna, dan evaluasi strategi marketing pertumbuhan bisnis digital, kita dapat menyimpulkan:

1. Strategi Pengembangan Bisnis Marketing Digital Vidio.com Vidio.com telah berhasil menerapkan strategi pengembangan bisnis yang beragam, termasuk produksi konten *original*, kerjasama dengan operator seluler, dan pemasaran melalui berbagai saluran seperti iklan online dan media sosial. Ini menunjukkan keberhasilan Vidio.com dalam menciptakan model bisnis yang fleksibel dan beradaptasi dengan tren pasar serta kebutuhan pengguna.
2. Hambatan yang Dihadapi Pengguna dalam Pengembangan Bisnis Pemasaran Digital Vidio.com. Beberapa hambatan yang dihadapi pengguna Vidio.com meliputi persaingan ketat dengan platform streaming lainnya, masalah pembajakan konten, ketersediaan internet yang tidak merata, dan harga langganan yang mungkin terlalu tinggi bagi sebagian orang di Indonesia. Ini menunjukkan bahwa sementara Vidio.com telah berhasil dalam beberapa aspek, masih ada tantangan yang perlu diatasi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna dengan lebih baik.

3. Evaluasi Strategi Marketing Pertumbuhan Bisnis Digital Vidio.com Secara keseluruhan, Vidio.com telah menunjukkan pertumbuhan yang positif dalam menghadapi tantangan dalam pasar pemasaran digital. Dengan terus berinovasi dalam teknologi, produksi konten *original*, dan memperluas pasar ke negara-negara baru di Asia Tenggara, Vidio.com menunjukkan komitmen dalam memperkuat posisinya sebagai salah satu pemimpin dalam industri hiburan digital di kawasan tersebut. Meskipun demikian, perlu dilakukan evaluasi terus-menerus terhadap strategi yang diterapkan untuk mengatasi hambatan yang ada dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan.

4.2 Saran

Berdasarkan studi kasus Vidio.com tentang strategi pengembangan bisnis pemasaran digital, hambatan yang dihadapi pengguna, dan evaluasi strategi marketing pertumbuhan bisnis digital, kita dapat menyarankan.

1. Dalam pengembangan bisnis pemasaran digital Vidio.com, penting untuk memprioritaskan personalisasi pengalaman pengguna. Menggunakan teknologi AI dan machine learning, platform ini dapat menawarkan konten yang lebih relevan dan menarik bagi setiap pengguna. Selain itu, dengan menghadirkan fitur interaktif dan konten yang dapat diakses lintas platform, Vidio.com dapat memperluas basis pengguna dan meningkatkan keterlibatan pengguna secara keseluruhan.
2. Vidio.com dihadapkan pada beberapa hambatan yang signifikan. Masalah pembajakan konten menjadi ancaman serius bagi bisnis ini. Solusi teknis

yang lebih tangguh, seperti integrasi teknologi DRM dan edukasi pengguna tentang pentingnya mendukung konten legal, dapat membantu mengatasi masalah ini. Selain itu, upaya untuk meningkatkan aksesibilitas platform dengan menawarkan opsi langganan yang lebih fleksibel dan memperluas infrastruktur internet di daerah terpencil juga perlu dipertimbangkan.

3. Dalam mengevaluasi strategi marketing pertumbuhan bisnis digitalnya, Vidio.com perlu melakukan audit menyeluruh terhadap kinerja platform dan respons pengguna. Analisis data pengguna yang mendalam serta pemantauan tren industri dan benchmarking dengan pesaing dapat membantu Vidio.com menentukan langkah selanjutnya dalam mencapai tujuan pertumbuhannya. Dengan pendekatan ini, Vidio.com dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan memperluas dampaknya dalam pasar streaming digital yang semakin kompetitif.

4.3 Implikasi

Berdasarkan studi kasus Vidio.com tentang strategi pengembangan bisnis pemasaran digital, hambatan yang dihadapi pengguna, dan evaluasi strategi marketing pertumbuhan bisnis digital, berikut implikasinya:

1. Vidio.com perlu memprioritaskan personalisasi pengalaman pengguna dengan memanfaatkan teknologi AI dan machine learning. Dengan cara ini, platform dapat menawarkan konten yang lebih relevan dan menarik bagi setiap pengguna, serta menghadirkan fitur interaktif dan konten yang dapat diakses lintas platform. Hal ini dapat memperluas basis pengguna dan meningkatkan keterlibatan mereka secara keseluruhan .

2. Untuk mengatasi masalah pembajakan konten, Vidio.com harus mengadopsi solusi teknis yang lebih tangguh, seperti integrasi teknologi DRM dan edukasi pengguna tentang pentingnya mendukung konten legal. Selain itu, upaya untuk meningkatkan aksesibilitas platform dengan menawarkan opsi langganan yang lebih fleksibel dan memperluas infrastruktur internet di daerah terpencil juga sangat diperlukan. Ini membantu dalam menjangkau lebih banyak pengguna dan memastikan pengalaman streaming yang lebih baik .
3. Vidio.com perlu melakukan audit menyeluruh terhadap kinerja platform dan respons pengguna secara berkala. Analisis data pengguna yang mendalam, pemantauan tren industri, dan benchmarking dengan pesaing dapat membantu Vidio.com menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam mencapai tujuan pertumbuhannya. Dengan pendekatan ini, Vidio.com dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan memperluas dampaknya dalam pasar streaming digital yang semakin kompetitif .

Daftar Pustaka

- American Marketing Association. (2016). Dictionary.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson.
- Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis, where are we now? A review of academic research from the last decade. *Journal of Strategy and Management*, 3(3), 215-251.
- Jones, I., & Lindawaty, S. (2007). *Introduction to Business*. Wiley.
- Kotler, P. (1998). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Prentice Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2012). *Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools*. Springer.
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Irwin.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2009). *Strategy Safari: A Guided Tour through the Wilds of Strategic Management*. Free Press.
- Morrison, J. L. (2014). *The Global Business Environment: Meeting the Challenges*. Palgrave Macmillan.
- Payne, A., & Frow, P. (2005). *A Strategic Framework for Customer Relationship Management*. Elsevier.
- Rothaermel, F. T. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization*. McGraw-Hill Education.
- Smith, P. R., & Taylor, J. (2004). *Marketing Communications: An Integrated Approach*. Kogan Page.
- Statista. (2020). *Business Definition: Streaming*.
- Tapscott, D., & Ticoll, D. (2014). *The Digital Economy: Promise and Peril In The Age of Networked Intelligence*. McGraw-Hill Education.

Thompson, A. A., Strickland III, A. J., & Gamble, J. E. (2020). *Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases*. McGraw-Hill Education.

Wehrich, H. (1982). The TOWS Matrix: A Tool for Situational Analysis. *Long Range Planning*, 15(2), 54-66.

Weill, P., & Woerner, S. L. (2013). *IT Savvy: What Top Executives Must Know to Go from Pain to Gain*. Harvard Business Review Press.