

## ABSTRAKSI

Saat ini televisi bukan hanya berfungsi sebagai hiburan semata, tapi bagi sebagian orang televisi merupakan suatu media untuk memperoleh informasi. Oleh karena itu menonton televisi sudah menjadi suatu kebutuhan. Dengan banyaknya bermunculan operator televisi berlangganan, maka semakin banyak pula variasi acara yang dapat dinikmati oleh konsumen. Hal ini memunculkan persaingan yang cukup ketat antara operator TV berlangganan, berbagai fitur dan produk baru diluncurkan oleh para pelaku bisnis ini untuk dapat menarik minat konsumen dan mempertahankan eksistensi para pebisnis tersebut.

Baru-baru ini PT Telekomunikasi Indonesia mencoba menyelenggarakan layanan TV berlangganan yang berbasis IP (*Internet Protocol*) atau yang lebih dikenal dengan sebutan IPTV (*Internet Protocol Television*). Layanan ini akan memanfaatkan jaringan yang sudah ada, dalam hal ini yang dimaksud adalah jaringan speedy. Oleh karena itu operator tidak perlu lagi membuat jaringan baru yang memakan biaya besar. Pada teknologi ini, satu kabel bisa dimanfaatkan untuk berbagai layanan pengiriman data, termasuk suara dan video. Berbagai macam kelebihan yang ditawarkan IPTV ketimbang TV kabel atau satelit, salah satunya kemampuan untuk merekam atau menghentikan gambar (pause) saat tayangan tersebut disiarkan. Selain itu pada layanan ini juga dapat disediakan layanan yang bersifat interaktif seperti misalnya : Video on Demand, ketimbang siaran TV lama yang lebih bersifat *broadcast* satu arah saja. Sebelum layanan ini diluncurkan, harus diketahui tingkat kelayakannya terlebih dahulu.

Untuk aspek pasar, sampel yang diambil pada penelitian ini adalah populasi pelanggan speedy residential di Bandung. Setelah itu untuk menguji aspek pasar tersebut digunakan kuesioner sebagai alat penelitian untuk dapat mengetahui besar pasar potensial, pasar tersedia dan juga pasar sasaran dari layanan IPTV ini. Sedangkan untuk aspek teknis dan aspek financial diuji dengan menggunakan data-data yang diperoleh dari PT Telkom serta data-data pendukung lainnya.

Dari hasil penelitian ini didapatkan besarnya pasar potensial untuk layanan ini yaitu 63,72% yang diperoleh dari tingkat keminatan responden. Pasar tersedia diperoleh dari tingkat kemampuan, akses, dan juga daya beli terhadap layanan ini sebesar 24,61% dan pasar sasaran sebesar 20%. Dari perhitungan financial diperoleh hasil yang berkaitan dengan tingkat kelayakan investasi layanan ini, yang terdiri dari : nilai NPV sebesar Rp1.153.555.486, tingkat bunga yang diperoleh sebesar 23,12% (lebih besar dari MARR 20% ), dan tingkat pengembalian modal selama 4,74 tahun. Berdasarkan nilai-nilai yang disebutkan diatas maka dapat disimpulkan kalau layanan IPTV ini layak untuk diselenggarakan.

Kata Kunci : IPTV, Analisis Kelayakan, Pasar, Finansial