

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Diversifikasi produk yang dilakukan oleh PT. XL Axiata pasca akuisisi PT. Axis Telekom Seluler dalam menguasai pangsa pasar adalah (1) melakukan diversifikasi produk terhadap paket *Iritology* dan *hotrod* (2) meningkatkan kualitas produksi seperti kartu perdana dan layanan (3) memperluas segmentasi pasar dengan membagi dua segmentasi di masing-masing produk (4) menetapkan harga untuk mempenetrasi pasar (5) melakukan peningkatan kuota/jaringan (6) memperkuat promosi melalui media massa, digital campaign, dan juga melalui tatap muka dan pameran.
2. Ada perbedaan pendapatan antara PT. XL Axiata sebelum dengan sesudah diversifikasi produk. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan Uji t dalam program SPSS 16 dengan Nilai t hitung adalah sebesar -3,435 dengan sig 0,006. Dengan mendasarkan pada nilai probabilitas ($\text{sig} < 0,05$), dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima artinya Ada perbedaan antara pendapatan PT. XL Axiata sebelum dengan sesudah melakukan diversifikasi produk. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang diperoleh PT XL Axiata setelah diversifikasi produk mengalami peningkatan.

3. Ditinjau dari segi ekonomi Islam diversifikasi produk PT. XL Axiata sudah sesuai dengan ekonomi islam, baik itu dalam segi produk, harga, pangsa pasar, dan promosi. XL Axiata memproduksi produk atau layanan secara profesional, agar pada pengeluaran produk mencapai hasil yang maksimal sehingga hasil diversifikasi produk terealisasi dengan hasil yang memuaskan.

B. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian terkait dengan diversifikasi produk PT. XL Axiata pasca akuisisi Axis Telekom Seluler, penulis menyarankan kepada:

1. Berdasarkan kesimpulan peneliti dimana pada saat ini pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan mengalami peningkatan, dan lebih baik lagi perusahaan tetap melakukan kebijakan diversifikasi produk dengan mengembangkan pasar yang masih banyak belum dijangkau oleh perusahaan XL. Promosi juga dilakukan lebih gencar untuk mengenalkan diversifikasi produk barunya.
2. Dalam kebijakan diversifikasi produk baru, perusahaan sebaiknya tetap mempertimbangkan aspek-aspek syariah sebagaimana yang telah dilakukan selama ini.