

ABSTRAKSI

Untuk memenangkan kompetisi sekaligus memenuhi kewajiban kepada pemerintah untuk bisa membangun sekitar 13 juta SST sesuai target USO di 2008, maka Telkom menerapkan teknologi CDMA melalui wireless Produk Flexi. Teknologi ini memungkinkan penyediaan jasa voice, data dan video. Flexi menjadi dambaan baru bagi masyarakat Indonesia sebab dengan kemampuan sama dengan seluler, kecuali cakupannya yang terbatas, tarifnya jauh lebih rendah dibandingkan dengan seluler karena menggunakan pola pentarifan telepon tetap (telepon rumah).

Salah satu kendala dari penggunaan teknologi telekomunikasi (dalam hal ini telepon tetap dan bergerak) adalah masalah biaya. Pulsa bukanlah sesuatu yang tidak terbatas bagi pengguna jasa telekomunikasi. Bagi pengguna Flexi, khususnya yang menggunakan layanan prabayar, keterbatasan pulsa akan sangat merugikan bagi kelancaran proses komunikasi.

Untuk mengatasi masalah tersebut Telkom mencoba menawarkan sebuah solusi alternatif yaitu dengan sistem transfer pulsa via SMS pada Flexi, yang selanjutnya dalam penelitian ini akan disebut dengan **FlexiTransfer**. Sistem ini memungkinkan pengiriman sejumlah nilai pulsa dari satu nomor ke nomor lain bagi pengguna Flexi.

Untuk itu, dalam penelitian ini penulis mengkaji apakah layanan baru yang diprediksi oleh Telkom sebagai salah satu peluang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga peningkatan *revenue* pun bisa didapatkan.

Pengujian aspek pasar ditempuh melalui *survey* dengan instrumen penelitian berupa kuisioner untuk mengetahui profil dan minat calon konsumen terhadap layanan yang akan ditawarkan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Untuk pengujian dari aspek ekonomis digunakan data sekunder yang diperoleh dari TELKOM sebagai penyedia layanan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasar potensial untuk layanan FlexiTransfer adalah sebesar 80.9%, yang diperoleh berdasarkan pada tingkat kepentingan responden terhadap layanan tersebut. Untuk pasar tersedia berdasarkan variabel pengaruh harga terhadap penggunaan layanan adalah 39.2% dari pasar potensial dan pasar sasaran adalah 17%. Kemudian untuk hasil perhitungan menurut parameter penilaian investasi, maka layanan FlexiTransfer ini memiliki nilai NPV **Rp. 77.115.911**, IRR **31 %**, PBP **3,82** tahun dan BCR **1,42**.

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dilakukan maka layanan FlexiTransfer ini layak untuk direalisasikan.

Kata Kunci : FlexiTransfer, riset pasar, keuangan, kelayakan.