

## ABSTRAKSI

Teknologi CDMA diperkirakan akan berkembang dengan pesat beriringan dengan teknologi *wireless* lainnya. Perkembangan Pelanggan CDMA sangat signifikan pada 2,5 tahun terakhir. Proyeksi pertumbuhan Flexi di tahun 2007 sebesar 47%, dengan proyeksi produksi pulsa 43,253 juta menit dan SMS (*Short Message Service*) 1,122 juta, menjadi target yang menantang bagi Telkom untuk menciptakan program-program baru dan fitur-fitur baru Flexi.

Saat ini kehidupan manusia mulai bergeser ke kehidupan komputasi persuasif, suatu kehidupan yang meletakkan teknologi informasi sebagai bagian dari kehidupan manusia kapan dan dimana saja. Dengan fenomena aktivitas kerja saat ini yang bergerak seperti *mobile worker* atau *remote worker*, ragam komunikasi akan lebih baik jika dapat diakses dengan menggunakan *mobile phone*. Data informasi pribadi seperti jadwal hingga kontak rekan bisnis dapat diakses secara langsung kapan dan dimana saja.

Dengan memanfaatkan aplikasi *Short Message Service* (SMS) dari sebuah *mobile phone* dan/atau *Packet Data Network* (PDN), PT. Telkom memberikan kemudahan bagi para pelanggan dengan menyediakan media layanan *transport* untuk proses *upload* maupun *download* data informasi pribadi pelanggan ke atau dari server via SMS dan/atau PDN. Flexi *Personal Info Services* via SMS dan/atau PDN diharapkan mampu menyediakan sarana yang mudah dan mempunyai keunggulan dalam memberikan pelayanan penuh kepada penggunaanya, kapan dan dimana saja dan menjadi sebuah nilai tambah layanan (*Value Added Service*) yang juga dapat memberikan kontribusi bagi Telkom untuk meningkatkan pendapatan dan loyalitas pelanggan 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 kuisisioner untuk mengetahui profil dan minat calon konsumen terhadap layanan yang akan ditawarkan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *convenience 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 Flexi *Personal info Services* adalah sebesar 70% untuk perusahaan dalam range karyawan 0-300 dan 66% untuk perusahaan dalam range 301-600, yang diperoleh berdasarkan pada tingkat keminatan responden terhadap layanan tersebut. Untuk pasar tersedia berdasarkan variabel pengaruh harga terhadap penggunaan layanan adalah 54,8% untuk perusahaan dalam range karyawan 0-300 dan 61,5% untuk perusahaan dalam range 301-600 dimana prosentase tersebut dari pasar potensial dan pasar sasaran adalah 10%. Kemudian untuk hasil perhitungan menurut parameter penilaian investasi, maka layanan Flexi *Personal info Services* ini memiliki nilai NPV Rp 151.561.059,-, IRR 36,39%, dan PBP 3,84 tahun.

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dilakukan maka layanan Flexi *Personal info Services* ini layak untuk direalisasikan.

Kata kunci : Flexi *Personal Info Services*, riset pasar, keuangan, kelayakan.