

Abstraksi

Tingkat penetrasi telepon seluler yang telah mencapai 43%, makin banyaknya perusahaan yang terjun dalam industri seluler, dan penurunan tingkat ARPU pada perusahaan penyedia jasa telepon menggambarkan sebuah kondisi industri telekomunikasi khususnya sektor telepon seluler di Indonesia. Kondisi tersebut dipicu oleh makin tingginya jumlah pengguna jasa telepon di Indonesia. Diantara para pengguna jasa telepon tersebut ada pengguna jasa telepon yang memiliki dan menggunakan lebih dari satu jasa telepon untuk memenuhi kebutuhan komunikasi mereka. Penggunaan lebih dari satu jasa telepon ini bisa dipengaruhi oleh banyak aspek, diantaranya adalah makin ramainya perusahaan yang menawarkan jasa telepon sehingga pilihan konsumen akan jasa yang sesuai dengan keinginan mereka makin banyak dan adanya perang tarif yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut guna mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. Disisi lain, makin banyaknya pilihan akan jasa telepon dengan segala kelebihan tarif yang mereka tawarkan tidak mendorong sebagian pengguna telepon lainnya yang tetap menggunakan satu jasa telepon sebagai alat komunikasi mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor pendorong dan penghambat penggunaan telepon oleh pelanggan multi operator dan pelanggan single operator. Aspek yang dijadikan indikator untuk mencari faktor pendorong dan penghambat tersebut adalah stimuli pemasaran yang meliputi produk dan harga serta stimuli lain (lingkungan makro) yang meliputi ekonomi dan teknologi.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode exploratory. Teknik sampling yang digunakan adalah

convenience sampling. Penelitian ini dilakukan di Jakarta Barat dengan pengolahan data menggunakan Analisis Faktor.

Berdasarkan hasil dari analisis faktor maka yang menjadi kelompok faktor dominan untuk faktor pendorong penggunaan lebih dari satu telepon adalah faktor “kebutuhan”. Kelompok Faktor “kebutuhan” ini terdiri dari variabel kebutuhan, *usage (pay per use)*, manfaat fungsional, *handset dualmode*, dan produk komplementer. Kelompok faktor ini mempunyai nilai *eigenvalue* 3,624, dimana nilai tersebut lebih besar dari ketiga faktor lainnya. Untuk faktor penghambat, yang menjadi kelompok faktor dominan dalam faktor penghambat penggunaan lebih dari satu telepon adalah kelompok faktor “kesesuaian teknologi”. Kelompok faktor “kesesuaian teknologi” ini terdiri dari variabel kesesuaian teknologi, manfaat fungsional, *usage (pay per use)*, harga *starterpack*, kebutuhan, dan *technology-minded*. Kelompok faktor ini mempunyai nilai *eigenvalue* 5,485, dimana nilai tersebut lebih besar dari ketiga faktor lainnya.

Saran yang dapat penulis berikan kepada perusahaan penyedia jasa telepon adalah perusahaan dapat menyusun strategi penetapan harga yang dapat disesuaikan dengan segmentasi demografis dan penghasilan dari masing-masing pengguna telepon tersebut. Untuk pelanggan single operator, perusahaan dapat menerapkan strategi keunggulan biaya secara keseluruhan dimana perusahaan bekerja keras untuk mencapai biaya produksi dan distribusi yang terendah sehingga perusahaan tersebut dapat menetapkan harga yang lebih rendah daripada para pesaing dan mendapat pangsa pasar yang besar.