

Analisis potensi pasar handset CDMA di Jabodetabek

Rifelly Dewi Astuti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20453853&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Teknologi telepon selular merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan sangat pesat, dimulai dari teknologi analog sampai digital yang dikenal saat ini sebagai teknologi GSM, dan yang terakhir adalah teknologi CDMA. Peluncuran teknologi CDMA yang dimulai dengan diluncurkannya Telkom Flexi oleh PT Telkom, membawa akibat perubahan dalam persaingan industri telepon selular. Bukan hanya persaingan provider namun mengarah pada persaingan handset, karena handset untuk GSM berbeda dengan CDMA. Oleh karena itu menjadi hal yang signifikan bagi produsen handset untuk mengetahui peluang pasar dari handset CDMA di Indonesia.

Karya akhir ini mempunyai tiga tujuan utama yaitu mengetahui perilaku konsumen dalam pemilihan dan penggunaan telekomunikasi selular, mengukur potential market dari handset CDMA, serta mengetahui segmen atau kelompok-kelompok dari konsumen yang menjadi peluang bagi handset CDMA. Seluruh tujuan di atas dirangkum dalam sebuah analisis pasar mengenai handset CDMA.

Penelitian dalam karya akhir ini bersifat konklusif, menggunakan data-data primer yang diambil melalui survey langsung kepada konsumen, dengan mengambil sampel sebanyak 200 responden berdasarkan convenience sampling, pada konsumen yang berusia 17 tahun sampai 60 tahun, berada dalam kelompok sosial ekonomi B -A, di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi).

Alat analisis yang digunakan dalam karya akhir ini merupakan perpaduan dari analisis deskriptif, analisis diskriminan, analisis cross tabulation, analisis semantic differential, serta analisis dalam Technology Readiness Index. Seluruh alat analisis di atas menghasilkan data-data analisis yang akurat dalam penelitian ini.

Hasil penelitian pada karya akhir ini menunjukkan bahwa dari total responden penelitian ini sebagian besar telah menggunakan handphone, Nokia dan Simpati masih menjadi pilihan sebagian besar responden. Jenis SIM-card yang digunakan oleh sebagian besar responden adalah Pra Bayar, terkait dengan sebagian besar pekerjaan responden yaitu sebagai pelajar/mahasiswa, yang merupakan kelompok yang sensitif terhadap harga. Sedangkan perilaku responden terhadap beberapa atribut handset dapat disimpulkan hampir sama, yaitu mereka menganggap penting bahkan sangat penting dari ke-10 atribut handset yang ditampilkan dalam kuisioner.

Besaran pasar potensial yang diperoleh untuk teknologi telekomunikasi CDMA adalah sebesar 1,3 jutajiwa, namun yang merupakan pasar potensial untuk handset CDMA berkisar 900 ribu jiwa atau senilai dengan Rp 1,8 trilyun, yang dihitung berdasarkan rata-rata dana yang disediakan responden untuk membeli handset CDMA.

Berdasarkan analisis dari TRI diperoleh bahwa ada 5 segmen dalam penelitian karya akhir ini, yaitu Segmen Explorer, kelompok yang pertama menerima sebuah inovasi teknologi, menganggap bahwa faktor masa bicara dan siaga baterai handset sangat penting, memiliki keinginan untuk membeli handset dalam waktu 6 bulan mendatang, dengan anggaran dana yang disediakan berkisar antara Rp 1 - 2 juta. Jumlah anggota 5% dari populasi dan memiliki tingkat pendidikan yang terakhir ditamatkan adalah S 1.

Segmen Pioneer mengadopsi teknologi baru setelah segmen explorer, menganggap bahwa faktor masa bicara dan siaga baterai handset sangat penting, populasi dari segmen ini 18,3%, dan sebagian besar memiliki tingkat pendidikan S1.

Segmen Skeptic, memiliki beberapa hambatan dalam mengadopsi sebuah teknologi baru. faktor masa bicara dan siaga baterai handset dianggap sebagai hal penting. Populasi segmen ini merupakan terbesar dari segmen yang lain yaitu 63,3%, dengan tingkat pendidikan ada yang menamatkan S1 dan ada yang SMU.

Segmen Paranoid, percaya terhadap teknologi, namun terlambat dalam mengadopsi teknologi menganggap bahwa faktor masa bicara dan siaga baterai handset sebagai suatu hal yang penting, dengan 10,8% dari populasi, sebagian besar anggotanya merupakan lulusan SMU.

Segmen Laggard, kelompok terakhir yang mengadopsi sebuah teknologi baru, menganggap faktor masa bicara dan siaga baterai handset sebagai suatu hal yang cukup penting. Merupakan segmen dengan populasi yang terkecil yaitu hanya 2,5%, dan seluruh anggota kelompoknya menamatkan tingkat pendidikan SMU.

Dikarenakan produk handset CDMA merupakan produk berteknologi baru, menurut Parasuraman (2001) ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk memperoleh konsumen baru yang berdasarkan kesediaannya terhadap teknologi baru tersebut, yaitu : Technology Evangelism yaitu dengan menggunakan orang-orang yang dipercaya menjadi panutan kelompoknya (Explorer) dalam hal teknologi untuk menyebarkan manfaat-manfaat handset CDMA kepada kelompoknya. Future Design, produsen handset CDMA hendaknya memproduksi handset dengan desain yang berorientasi pada masa depan, misalnya dengan memproduksi handset CDMA dengan menggunakan tempat SIM-card untuk mengantisipasi kemunculan SIM-card dalam teknologi CDMA.

Proving Benefits, dengan memberikan bukti-bukti manfaat teknologi CDMA dan handsetnya khususnya kepada Paranoid dan Skeptic. Serta Market Stage Pricing, yaitu strategi menetapkan harga handset CDMA yang tetap stabil pada tahapan perkembangan pasar.

