

ABSTRAK

Analisis Aksi dan Respon antara Perusahaan Operator

Telekomunikasi Besar dan Kecil di Indonesia

Oleh:

Menik Handayani

54 hal., 13 tabel, 7 lampiran

Dalam sebuah mekanisme pasar, perusahaan melakukan tindakan-tindakan, baik aksi maupun respon untuk mempertahankan posisi perusahaan atau mendapatkan target pasar baru. Perilaku aksi dan respon tersebut dilakukan berdasarkan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh setiap perusahaan.

Seiring dengan pertumbuhan industri telekomunikasi yang semakin pesat dan kompetitif, penelitian ini mengkaji bagaimana perusahaan operator telekomunikasi besar dan kecil melakukan aksi dan respon. Penelitian ini juga akan melihat hubungan dari aksi dan respon tersebut dengan kinerja perusahaan.

Unit analisis dari penelitian ini adalah perilaku perusahaan yang bersifat *tactical marketing*. Metode pengumpulan data adalah observasi dengan teknik *content analysis* melalui data sekunder. Analisis data dilakukan dengan uji *Mannwhitney* untuk melihat perbedaan dan uji *Kendalls tau'* untuk melihat hubungan.

Hasil penelitian menunjukkan, aksi dan respon yang dilakukan oleh perusahaan operator telekomunikasi besar dan kecil sangat reaktif. Perilaku yang reaktif berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, dimana hasil uji menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara aksi dan respon dengan kinerja perusahaan. Berdasarkan temuan peneliti, adanya perilaku yang reaktif ini disebabkan oleh *the nature of product* yang ditawarkan, adanya *potensial market*, dan adanya struktur pasar oligopoli dalam industri telekomunikasi di Indonesia.