

## ABSTRAKSI

Layanan berbasis teknologi seluler generasi ketiga (3G) merupakan salah satu jenis layanan yang sedang dikembangkan untuk memenuhi ekspektasi atau harapan konsumen yang semakin meningkat terhadap industri komunikasi bergerak, dengan kecepatan pengiriman data yang lebih tinggi dari teknologi sebelumnya, transfer data minimal 384 kbps pada kecepatan bergerak 120 km/jam dan 2 *Mbps* pada kecepatan 10 km/jam, sehingga dengan tingkat kecepatan yang cukup tinggi tersebut akan menghadirkan kenyamanan bagi pengguna teknologi komunikasi.

Agar layanan ini dapat diterima oleh pasar telekomunikasi dibutuhkan pengenalan pasar secara mendalam terhadap pasar layanan 3G dan karakteristiknya. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai: bagaimana pasar potensial dan pasar tersedia layanan Layanan 3G, bagaimana segmentasi layanan layanan 3G dan karakteristiknya, bagaimana segmen sasaran layanan 3G, dan bagaimana positioning produk layanan 3G, serta merumuskan bauran promosinya.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang disebarakan kepada para pengguna layanan seluler yang ada di wilayah Bandung. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 12.00 for window yaitu dengan metode statistika deskriptif dan analisis cluster untuk penentuan segmentasinya.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu besarnya pasar potensial untuk layanan Layanan 3G yaitu sebanyak 86.6% dan pasar tersedianya sebesar 44 %. Dari analisis cluster diperoleh 2 segmen yaitu segmen yang proaktif terhadap layanan dan manfaat sebesar 61 % dan segmen yang nonproaktif terhadap layanan dan manfaat sebesar 39 %. Dari kedua segmen ini dipilih segmen yang proaktif terhadap layanan dan manfaat sebagai pasar sasaran karena selain potensi penjualannya luas, responden yang berada di segmen ini mempunyai karakteristik yang sesuai dengan layanan 3G. Kemudian, positioning layanan dilakukan berdasarkan preferensi pasar terhadap manfaat layanan Layanan 3G. Manfaat yang dikemukakan dalam kuesioner adalah kecepatan pengiriman data yang tinggi, layanan video streaming, layanan multimedia. Manfaat yang paling banyak menjadi preferensi pasar adalah kecepatan pengiriman data yang tinggi dan fasilitas layanan multimedia.

Pasar potensial sebesar 86.6% menunjukkan bahwa layanan layanan 3G banyak diminati oleh masyarakat, tetapi yang perlu diperhatikan lagi adalah pasar tersedia dari layanan 3G yang masih cukup rendah yakni 44%. Oleh karena itu diperlukan upaya yang lebih untuk mendongkrak dan menggaet pelanggan ke dalam pasar tersedia.