

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the influence of external and internal environment of company on the pricing strategy and its implication to company performance in the telecommunications industry in Indonesia. Survey conducted on the Internet Service Provider (ISP).

From the literature review can be identified that the dimensions are influenced of external environment, namely technology, regulation, competition and macro economics. Dimensions of the internal company environment consists of production, finance, human resources and marketing. Dimensions of pricing strategy are approach and method for determining the tariff and implementation pricing strategy. The dimensions of company performance is measured based on marketing performance and financial performance.

Research Method was conducted with descriptive and verificative analysis approach through hypothesis testing using the model of Structural Equation Modeling (SEM). Samples consist of 103 companies and data is processed with the used of LISREL 8.70 for Windows software.

Based on the research can be concluded that (1) The external and internal company environment have a high effect on company's pricing strategy either partially or simultaneously, (2) the external and internal company environment has a high effect on the company performance either partially or simultaneously and (3) the pricing strategy has a high influence on company performance,

Suggestion for research is (1) the need to consider the condition of the industry that the object of study in assessing the significance of the influence of each variable because industry environment of each company is different, (2) In determining the company's pricing strategy should consider several things such as market segments, product characteristics, market prices and competitors and cost expenditure, (3) in determining the pricing strategies other than market conditions, companies should also look at the production capacity utilization, the ability of using production capacity and technological capabilities.

Keyword : External environment, Internal environment , Pricing Strategies and Company Performance

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji pengaruh lingkungan eksternal dan internal perusahaan terhadap strategi penetapan tarif perusahaan serta dampaknya terhadap kinerja perusahaan pada industri telekomunikasi di Indonesia. Survey dilakukan pada perusahaan penyelenggara jasa internet atau *Internet Services Provider* (ISP).

Dari hasil kajian pustaka dapat diidentifikasi bahwa dimensi lingkungan eksternal yang berpengaruh, yaitu teknologi, regulasi, kompetisi dan makro ekonomi. Dimensi lingkungan internal terdiri dari produksi, keuangan, SDM, dan pemasaran. Dimensi Strategi penetapan tarif ditinjau dari pendekatan dan metode penentuan tarif serta strategi implementasi. Sedangkan dimensi kinerja perusahaan diukur berdasarkan kinerja pemasaran dan kinerja keuangan.

Metode penelitian dilakukan dengan pendekatan analisis deskriptif dan analisis verifikatif melalui uji hipotesis dengan menggunakan model *Structural Equation Modeling* (SEM) . Sampel yang diteliti sebanyak 103 perusahaan dan pengolahan data diproses dengan menggunakan *software Lisrel 8.70 for windows*.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, (1) Lingkungan eksternal perusahaan dan lingkungan internal perusahaan memiliki pengaruh yang besar terhadap terhadap strategi penetapan tarif perusahaan baik secara parsial maupun simultan, (2) Lingkungan eksternal perusahaan dan lingkungan internal perusahaan memiliki pengaruh yang besar terhadap terhadap kinerja perusahaan baik secara parsial maupun simultan dan (3) strategi penetapan tarif memiliki pengaruh yang besar terhadap kinerja perusahaan,.

Saran dari hasil penelitian ini , (1) kondisi industri yang menjadi objek kajian perlu menjadi pertimbangan dalam mengukur tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel karena lingkungan industri setiap perusahaan berbeda, (2) Dalam penetapan strategi harga sebaiknya perusahaan mempertimbangkan beberapa hal seperti segmen pasar, karakteristik produk, harga pasar dan pesaing serta biaya penyelenggaraannya, (3) dalam penetapan harga selain melihat kondisi pasar, perusahaan juga harus melihat kemampuan produksi yang dimilikinya terutama terkait tingkat utilisasi, kemampuan kapasitas serta kemampuan teknologi produksi.

Kata Kunci : Lingkungan Eksternal, Lingkungan Internal, Strategi Penetapan Tarif, Kinerja Perusahaan