

ABSTRAK

Persaingan operator seluler dalam memperebutkan pangsa pasar seluler makin ketat, hal ini terlihat dari semakin murahnya harga penjualan kartu perdana suatu operator seluler dan didukung dengan murahnya biaya dalam melakukan komunikasi. Perang harga antar operator merupakan salah satu bukti persaingan yang semakin ketat. Hal ini berkaitan dengan perilaku pengguna seluler yang semakin selektif dalam memilih operator. Bagi pendatang baru di bisnis ini, sulit rasanya bisa masuk dan langsung sukses. Ketepatan strategi pemasaran (bauran pemasaran) sangat berpengaruh terhadap sukses tidaknya pendatang baru di bisnis ini. Para pendatang baru harus tepat melihat *gap* yang kosong, menentukan produk apa yang cocok, menentukan tarif yang sesuai, melakukan promosi yang dapat menarik pelanggan serta *placement* yang tepat. Tarif merupakan atribut yang sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih kartu prabayar. Desain tarif yang tepat diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen yang menggunakan layanan prabayar.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan atribut tarif yang berpengaruh dalam perancangan tarif, melakukan desain tarif kartu prabayar yang sesuai dengan preferensi konsumen serta untuk memperkirakan pasar dari desain tarif yang telah dibuat.

Untuk menjawab tujuan itu, maka digunakan analisis *conjoint* yang merupakan suatu metode analisis dalam analisis multivariat, digunakan untuk mendapatkan kombinasi atau komposisi atribut-atribut suatu produk atau jasa berdasarkan preferensi konsumen. Analisis ini akan menghasilkan suatu kombinasi dari atribut-atribut tarif kartu prabayar berdasarkan preferensi konsumen.

Atribut tarif yang paling berpengaruh adalah tarif SMS dan tarif telepon, sehingga proses analisis *conjoint* akan menggunakan taraf dari atribut-atribut tarif SMS dan tarif telepon. Analisis *conjoint* menghasilkan stimuli-stimuli atau kartu-kartu *conjoint* sebagai berikut :

- A. Tarif SMS Rp 350 ke seluruh operator serta tarif telepon Rp 10/detik ke operator yang sama dan Rp 25/detik ke operator lain,
- B. Tarif SMS Rp 350 ke seluruh operator serta tarif telepon Rp 150/30 detik ke operator yang sama dan Rp 375/30 detik ke operator lain,
- C. Tarif SMS Rp 149 ke operator yang sama dan Rp 299 ke operator lain. Sedangkan tarif telepon Rp 20/detik ke operator yang sama dan Rp 40/ detik ke operator lain.
- D. Tarif SMS Rp 149 ke operator yang sama dan Rp 299 ke operator lain, serta tarif Telepon Rp 300/30 detik ke operator yang sama dan Rp 600/30 detik ke operator lain.

Kemudian responden akan diminta untuk mengurutkan pilihan kartu diatas dan hasilnya dianalisis. Hasil analisis ini membentuk empat kartu yang sama dengan kartu A, B, C, dan D. Jika perusahaan menetapkan kebijakan tarif diatas maka, perkiraan pasar yang akan diperoleh adalah berturut-turut untuk kebijakan tarif A, B, C, dan D adalah 22,8%., 19,4%, 35%, dan 22,8%.

Kebijakan tarif yang telah didesain hanya dilihat dari satu sudut pandang, yaitu preferensi konsumen. Untuk menetapkan tarif yang tepat perlu juga dilihat kemampuan internal perusahaan, pesaing, dan dari bauran pemasaran yang lain, selain tentunya perlu diperhatikan tentang regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah.

Kata Kunci : Analisis *conjoint*, tarif