

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Diketahui bahwa penggunaan Internet untuk riset pemasaran atau riset online telah berkembang secara signifikan selama beberapa dekade terakhir. Sebagian besar riset online merupakan perpindahan dari kegiatan riset tradisional, seperti uji konsep dan produk, penelusuran iklan dan merek, pengukuran kepuasan pelanggan, persaingan produk dan penelitian kualitatif lainnya. Keuntungan riset online bervariasi dan jika dibandingkan dengan metode tradisional, seperti riset langsung tatap muka dan riset melalui media telepon, surat, atau e-mail, riset online lebih cepat, memiliki biaya yang lebih rendah, lebih fleksibel, dan menghasilkan lebih baik data.

Selain perpindahan dari metode penelitian tradisional ke media *online* dengan berbagai peluang keuntungan, riset online juga dapat memiliki keunggulan dari sifat interaktif yang diberikan oleh lingkungan online untuk melakukan studi yang mungkin sulit jika dilakukan dalam lingkungan *offline*, seperti simulasi lingkungan belanja virtual, produk interaktif (konfigurasi produk), pembuatan stimulus dan visualisasi produk (iklan online, program TV).

Tabel I.1 Perbandingan Antara Metode Penelitian *Online* dan *Offline*
(Nusaresearch, 2014)

<i>Online</i>	<i>Offline</i>
Low Cost	High Cost
Image and video availability	Need interviewer to collecting
Complex questionnaire handling	Less flexibility for respondent
Inconsistance answer elimination	High chance of error
Speed delivery	Time consuming
Extensive research area	Limited research area
Easy segmentation	Need to find specific criteria
Engage tech savvy group	Non-tech savvy group

Menurut riset yang dilakukan oleh Internet Live Stats pada Juli 2014, penetrasi Internet di Indonesia pada tahun 2014 tercatat sebesar 16,72% dengan total pengguna sejumlah 42.258.824, jumlah terbesar ke-13 dari pengguna internet di

dunia. Hal ini menunjukkan besarnya peluang penggunaan riset melalui media online untuk berbagai kegiatan penelitian atau survei dengan ketersediaan responden online yang terjangkau.

Penelitian harga (*pricing research*) merupakan salah satu jenis riset pemasaran yang melingkupi kebijakan harga, pentingnya harga dalam seleksi merek, lini produk harga, elastisitas harga permintaan, serta memulai dan merespon perubahan harga baik untuk produk eksisting, produk baru atau perbandingannya dengan kompetitor. Pada kasus produk dengan atribut yang kompleks dan sering melakukan perubahan harga, karena semakin cepatnya perubahan persepsi konsumen yang didasari oleh gaya hidup yang berkembang di masyarakat, maka penetapan harga produk dapat dimudahkan dengan perhitungan dan pengelolaan data melalui suatu aplikasi.

Aplikasi *price plan* yang ada saat ini banyak diimplementasikan pada perusahaan-perusahaan besar dengan kriteria produk yang kompleks seperti pada produk operator seluler misalnya Telkomsel menggunakan aplikasi *Conjoint Simulator* (Lampiran A). *Conjoint Simulator* merupakan aplikasi yang memang secara langsung berkaitan dengan penetapan *price plan* produk Telkomsel yang sangat kompleks dan selalu berubah-ubah mengingat dinamika persaingan yang sangat ketat, oleh karena itu tidak dapat diimplementasikan ke sembarang produk. Terlebih lagi pengadaan aplikasi yang sangat kompleks dan terintegrasi ini membutuhkan biaya yang tidak murah. Berbeda dengan perusahaan-perusahaan kecil yang walaupun sama-sama memiliki produk yang bervariasi dan kompleks, karena biaya pengadaan aplikasi yang besar, cenderung menetapkan atribut produk (termasuk harga) dengan tidak melakukan riset pasar secara memadai. Karena mungkin saja pengolahan riset produk tidak diolah dengan metodologi yang benar sehingga keluaran atribut produk tidak akurat. Padahal dengan adanya riset pasar yang dapat diimplementasikan pada perusahaan kecil akan sangat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu tidak menutup kemungkinan bagi perusahaan kecil untuk menggunakan aplikasi *price plan* dalam melakukan riset pasar. Maka pengembangan aplikasi *price plan* ini dibuat dengan harapan dapat memberikan gambaran yang lebih baik mengenai

riset pasar untuk menentukan atribut produk berdasarkan preferensi konsumen serta dapat dimanfaatkan untuk perusahaan-perusahaan yang membutuhkan.

I.2 Perumusan Masalah

Meskipun metode riset secara online secara luas telah dikembangkan menjadi berbagai aplikasi canggih yang beredar secara gratis maupun berbayar di pasaran, namun pada kenyataannya aplikasi *pricing research* secara utuh tidak mudah ditemukan. Berdasarkan hasil observasi, beberapa website mengakomodasi kebutuhan survei secara online, dan beberapa website yang mengembangkan aplikasi dengan metode riset *choice based conjoint analysis* secara terpisah yang penggunaannya tidak khusus untuk *pricing research*. Oleh karena itu penelitian ini dapat dijadikan solusi pengembangan aplikasi *pricing research* yang dilakukan secara online.

Dalam membuat aplikasi secara umum tahap *analyze* dan *design* merupakan tahap awal yang harus dilalui semua metode pengembangan aplikasi. Pada penelitian ini akan dilakukan analisis dan desain sistem aplikasi *pricing research* online dengan metode *choice based conjoint analysis*. Adapun pertanyaan yang akan dijawab melalui penelitian ini adalah bagaimana analisis dan desain sistem aplikasi *price plan online* metode *Choice-Based Conjoint Analysis* yang meliputi:

1. Informasi mengenai konsep dasar sistem aplikasi *price plan online* dengan metode *choice-based conjoint analysis*
2. Analisis kebutuhan sistem aplikasi *price plan online* dengan metode *choice-based conjoint analysis*
3. Gambaran desain atau rancangan sistem aplikasi *price plan online* dengan metode *choice-based conjoint analysis*

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk membuat analisis dan desain sistem aplikasi *price plan online* metode *Choice-Based Conjoint Analysis* yang meliputi:

1. Informasi mengenai konsep dasar sistem aplikasi *price plan online* dengan metode *choice-based conjoint analysis*

2. Analisis kebutuhan sistem aplikasi *price plan online* dengan metode *choice-based conjoint analysis*
3. Gambaran desain atau rancangan sistem aplikasi *price plan online* dengan metode *choice-based conjoint analysis*

I.4 Batasan Penelitian

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis dan desain sistem menggunakan pendekatan berorientasi objek

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diambil dalam penelitian ini berupa analisis dan desain sistem aplikasi *price plan* yang:

1. Memberikan informasi mengenai konsep dasar sistem aplikasi *price plan online* dengan metode *choice-based conjoint analysis*
2. Memberikan analisis kebutuhan sistem aplikasi *price plan online* dengan metode *choice-based conjoint analysis*
3. Memberikan gambaran desain atau rancangan sistem aplikasi *price plan online* dengan metode *choice-based conjoint analysis*

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi kajian teori yang relevan dengan permasalahan yang diteliti yaitu *pricing*, metode penentuan harga, analisis konjoin, *choice based conjoint analysis*, *profit sensitivity analysis*, rekayasa perangkat lunak, UML, serta membahas studi literatur yang dilakukan pada beberapa konsep sistem aplikasi riset pemasaran menggunakan metode *choice based conjoint analysis* yang sudah

ada diantaranya adalah Telkomsel Conjoint Simulator dan Sawtooth Software CBC.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini dijelaskan model konseptual penelitian dan sistematika pemecahan masalah yang berisi langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: tahap pendahuluan, tahap analisis sistem, tahap desain sistem dan tahap kesimpulan dan saran.

Bab IV Analisis Sistem

Bab ini berisi tahapan analisis sistem yang berguna untuk meninjau aktivitas dan proses yang terjadi sebelum adanya sistem, mendefinisikan kebutuhan atau persyaratan sistem, serta menganalisis aktivitas dan proses bisnis yang terjadi dengan menggunakan sistem. Aktivitas yang dilakukan pada tahap analisis sistem adalah *business modeling* (pengembangan model bisnis) *pricing research* menggunakan metode *choice based conjoint analysis*, identifikasi kebutuhan, serta *usecase & activity diagram* sistem.

Bab V Desain Sistem

Bab ini berisi tahapan perancangan sistem aplikasi *price plan online*. Sistem yang dirancang memiliki fungsi dan fitur yang memenuhi kebutuhan-kebutuhan sistem untuk menjalankan fungsinya berdasarkan *requirement* yang telah dibuat pada tahap analisis sistem. Tahap desain sistem menggambarkan bagaimana sistem akan beroperasi yang akan digambarkan dalam UML diagram, perancangan *user interface*, perancangan struktur tabel dan kamus data menggunakan *entity relationship diagram* (ERD), serta identifikasi teknologi (perangkat keras, perangkat lunak, dan jaringan infrastruktur).

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini ditampilkan rangkuman dari hasil penelitian serta saran bagi penelitian selanjutnya.

