

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan digitalisasi di Indonesia telah meningkatkan kebutuhan masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), akan layanan internet yang stabil dan sesuai kebutuhan. PT. Telekomunikasi Indonesia melalui produk IndiBiz menawarkan layanan internet bisnis, namun tingkat adopsinya masih belum bisa mencapai target. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun usulan bundel produk layanan IndiBiz yang sesuai dengan preferensi pelanggan menggunakan metode analisis konjoin. Penelitian ini mengidentifikasi atribut penting yang mempengaruhi keputusan pembelian yakni fitur layanan mencakup kecepatan internet dan kestabilan koneksi, produk pendamping mencakup Phone, Netmonk, OCA, Pijar Sekolah, dan IPTV, harga, jenis pembelian mencakup offline dan online serta jenis promosi seperti gratis pemasangan baru dan promo biaya berlangganan. Pengumpulan data dalam penelitian ini mencapai 123 responden UMKM dengan teknik *purposive sampling*. Hasil analisis konjoin menunjukkan bahwa atribut harga memiliki tingkat kepentingan paling tinggi. Bundel layanan baru yang diusulkan memiliki kombinasi fitur kestabilan koneksi, produk pendamping berupa IPTV, harga dengan rentang Rp 359.000 – Rp 462.000, pembelian secara online, dan promo abonemen. Simulasi pasar yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai total keseluruhan usulan bundel layanan IndiBiz yang baru lebih unggul dibandingkan bundel eksisting.

Kata Kunci: Analisis Konjoin, Preferensi Konsumen, IndiBiz, Bundel Produk, PT. Telekomunikasi Indonesia, *Market Simulator*.