

ABSTRAK

Kunci utama untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibanding dengan pesaingnya. *Hand phone* yang saat ini telah menjadi barang kebutuhan masyarakat guna menunjang komunikasi sangat berkaitan dengan *sim card* atau kartu telepon. Hal ini mendorong perusahaan kartu, khususnya dalam penelitian ini adalah kartu telepon prabayar bersaing untuk dapat memberikan kepuasan melalui produk dengan atribut yang mendukung.

Di Indonesia telah ada tiga perusahaan kartu prabayar yang bersaing, oleh karena itu penempatan posisi produk sangat penting untuk mengetahui peta persaingan dan dapat digunakan sebagai *input* untuk perumusan kebijakan atau strategi perusahaan selanjutnya. Hal ini dapat diketahui dengan menganalisis bagaimana sikap konsumen dari berbagai karakteristik mengenai atribut yang ditawarkan oleh keenam produk kartu prabayar Simpati Hoki, As, XL Bebas, XL Jempol, Mentari dan IM-3.

Sasaran penelitian ini adalah masyarakat Yogyakarta yang menggunakan salah satu dari keenam produk kartu prabayar tersebut. Variabel yang diteliti adalah kualitas dengan 8 atribut yaitu : wilayah atau jangkauan kartu, fitur dan fasilitas, bonus dan hadiah, masa aktif dan masa tenggang kartu, pelayanan terhadap pelanggan, ketepatan dan kecepatan pelayanan, kesesuaian dengan merk hand phone dan kemampuan penerimaan sinyal. Variabel lainnya adalah harga dengan 3 atribut yaitu : tarif telepon dan tarif roaming nasional, harga kartu perdana dan harga voucher dan pengisian ulang kartu.

Metode penelitian yang digunakan adalah *Analisis Presentase* untuk mengetahui karakteristik konsumen, *Multi Attribute Attitude Method* untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut yang ditawarkan dan *Perceptual Mapping* untuk mengetahui posisi produk.

Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa karakteristik konsumen 50% adalah wanita, tingkat usia konsumen rata-rata adalah 17 – 26 tahun dengan tingkat pendapatan paling banyak Rp 0,00 - Rp 200.000,00, jenis pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa dan lama penggunaan dibawah 1 tahun. Dari analisis sikap konsumen diketahui bahwa kartu Simpati Hoki dinilai paling unggul dengan tanggapan sangat positif pada atribut kualitas dan positif pada atribut harga. Posisi produk pertama pada variabel kualitas ditempati oleh kartu Simpati Hoki yang unggul pada 5 atribut dan disusul oleh kartu As, XL Bebas, XL Jempol, Mentari dan IM-3. Sedangkan pada variabel harga berturut-turut ditempati oleh kartu Simpati Hoki, Mentari, XL Bebas, As, XL Jempol dan IM-3. Dengan analisis sikap konsumen dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan perusahaan Telkomsel mempunyai posisi paling unggul dibanding perusahaan Exelcomindo dan Satelindo.