

INTISARI

Penelitian ini mengukur estimasi utilitas dan nilai penting dari tiap atribut relatif terhadap atribut lain, serta atribut mana saja yang berkorelasi positif dalam peningkatan nilai *Average Revenue Per User (ARPU)*. Dalam konteks penilaian, salah satu pendekatan adalah pendekatan pendapatan yang menilai perusahaan operator seluler tidak hanya dari laporan keuangan, tetapi dari prospek usahanya bagaimana tingkat kepuasan pelanggan di masa depan, layanannya makin banyak digunakan atau tidak di masa mendatang, faktor apa yang membuat suatu produk digunakan sehingga mendatangkan pendapatan yang pada akhirnya akan menentukan nilai perusahaan.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *conjoint analysis* yang menunjukkan bahwa atribut tariff paket internet untuk layanan internet memiliki nilai penting jauh lebih besar dari atribut lainnya yakni sebesar 51,678 persen, sedangkan nilai penting tertinggi untuk layanan telpon-sms adalah atribut tarif telpon yakni sebesar 29,336 persen tidak berbeda jauh dengan nilai penting atribut merek sebesar 27,083 persen. Metode ini juga mengukur nilai estimasi utilitas tiap atribut beserta levelnya baik dalam kategori layanan internet maupun layanan telpon-sms. Hasil dari estimasi utilitas ini dapat dihasilkan nilai total utilitas tiap merek sesuai dengan fitur yang mereka tawarkan kepada konsumen. Total utilitas kartu IM3 memiliki nilai tertinggi yakni 12,339 dalam hal layanan internet. Nilai total utilitas tertinggi untuk layanan telpon-sms adalah kartu Simpati dengan total utilitas sebesar 15,811.

Total utilitas Telkomsel, Indosat, dan XL Prabayar jika dibandingkan dengan nilai *ARPU* ternyata menunjukkan hubungan positif dimana semakin tinggi total utilitasnya semakin tinggi pula nilai *ARPU*-nya. Jika dilihat lebih detail atribut merek dan atribut jangkauan baik untuk layanan internet dan layanan telpon-sms juga mempunyai hubungan yang positif dengan nilai *ARPU*.

Kata Kunci: atribut, utilitas, nilai penting

ABSTRACT

This research aimed to estimate utility, importance value of the attributes and to investigate which attributes have positive correlation with the Average Revenue Per User (ARPU). In terms of valuation, one of the valuation approach is income approach which valuate the cellular operator company based on its financial statement and its business prospect in the future. Understanding the factors that make the customers purchase the cellular operator service will be an advantage to increase the income of the company and to increase the value of the company.

The estimation is conducted by using conjoint analysis and the result show that internet package tariff attribute has the highest importance value of 51,678 percent. The highest importance value for call-sms service category is call tariff with 29,336 percent, followed by the brand attribute with 27,083 percent. This method also estimate the utility of every attribute and its level in terms of internet service and call-sms service. This utility estimate of each attribute and its level can be used to estimate the total utility of each cellular operator based on their features and service level. The highest total utility is IM3 with 12,339 in terms of internet service and Simpati with 15,811 in terms of call-sms service.

The total utility of Telkomsel, Indosat, and XL Prepaid is positively correlated with the ARPU. Brand attribute and coverage attribute in terms of internet service and call-sms service has positive correlation with the ARPU.

Key words : attribute, utility, importance value.