

# **OPTIMASI HARGA UNTUK PROGRAM KEANGGOTAAN CLUB ALA-CARTE**

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Gerardus Daniel Judianto**

**NPM : 2015610177**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2019**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Gerardus Daniel Judianto  
NPM : 2015610177  
Jurusan : Teknik Industri  
Judul Skripsi : OPTIMASI HARGA UNTUK PROGRAM  
KEANGOTAAN CLUB ALA-CARTE

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, 26 July 2019

**Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri**

(Romy Loice, S.T., M.T.)

**Pembimbing Pertama**

(Fransiscus Rian P., S.T., M.T., MIE.)

**Pembimbing Kedua**

(Prof. Sani Susanto, Ph.D., IPU, AER)



Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan

## **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Gerardus Daniel Judianto

NPM : 2015610177

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

### **“OPTIMASI HARGA UNTUK PROGRAM KEANGGOTAAN CLUB ALA-CARTE”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 25 July 2019

Gerardus Daniel Judianto  
2015610177

## ABSTRAK

Penggunaan *smartphone* di Indonesia meningkat signifikan, menurut perusahaan *e-marketer* Techinasia penggunaan *smartphone* di Indonesia meningkat sejumlah 50,8 juta dari tahun 2015 hingga tahun 2018. Fakta ini membuat banyak perusahaan yang membuka bisnis berbasis aplikasi. Salah satunya adalah Club Ala-Carte, perusahaan ini membuat aplikasi dalam bisnis makanan. Club Ala-Carte menawarkan produk berupa program keanggotaan untuk mendapatkan keuntungan *buy-1-get-1* untuk makanan dan 50% *off* pada *merchant* yang berkerja sama dengan Club Ala-Carte. Club Ala-Carte berdiri pada tahun 2017 dan menjadi pelopor dalam bisnis seperti ini di Indonesia. Pada November 2018 datang kompetitor baru di bisnis ini bernama Zomato Gold. Produk yang ditawarkan Zomato Gold mirip dengan Club Ala-Carte. Club Ala-Carte harus melihat perilaku pasar untuk mempertahankan bisnisnya.

Penelitian dilakukan dengan metode *Choice-Based Conjoint analysis*. Metode ini dipilih karena merupakan metode paling populer dan tepat untuk mencari harga yang diinginkan oleh pasar. Metode ini juga digunakan untuk mencari tahu *share of preferences* konsumen terhadap seluruh produk yang ada di pasar. Atribut yang dirubah adalah harga produk untuk melihat perubahan *share of preferences* konsumen. Sampel yang digunakan sebanyak 300 responden yang berdomisili Jakarta dan merupakan pengguna atau peminat produk serupa.

Perhitungan harga optimal dilakukan dengan keadaan dependen antar ketiga produk. Usulan perubahan harga produk dari ketiga produk yang dimiliki Club Ala-Carte berhasil meningkatkan estimasi total pendapatan menjadi Rp 11.852.905.882. Perubahan harga yang dilakukan sebagai berikut: program keanggotaan Club Ala-Carte 12 Bulan dari Rp 400.000 menjadi Rp 470.000; program keanggotaan Club Ala-Carte 6 Bulan dari Rp 250.000 menjadi Rp 350.000, program keanggotaan Club Ala-Carte 1 bulan dari Rp 50.000 menjadi Rp 200.000. Perubahan membuat kenaikan nilai estimasi total pendapatan sebesar Rp 2.328.611.765. Total *revenue* didapatkan dari perhitungan estimasi *market size*, *share of preferences* dan harga produk.

## **ABSTRACT**

Smartphone usage in Indonesia have significantly increased by 50,8 million users within 2015 and 2018, according to Techniasia (e-marketer company). This trend pushed many company to shift their businesses to application based business. Ala-Carte Club is the pioneer of application based business in culinary. They offer memberships with several benefits such as buy-1-get-1 on food & 50% discount on retail from all the restaurants and their retail partner. Ala-Carte Club initiates this type of business that was established in 2017. Moreover, in November 2018, there is a new competitor in this business, which is Zomato Gold. Zomato Gold's products are similar to Ala-Carte Club. Club Ala-Carte need to be sustain by looking changing in demand to keep the business running.

This research was started using choice-based conjoint analysis method, because this method is the most popular and best to find the right price for the market. It continuous to examine what attributes that effects people's decision to purchase products. Choice-Based Conjoint analysis was then applied to acknowledge consumer's share of preferences towards all products on the market. The modified attributes are the product's prices, where researcher observe the changes in consumer share of preferences. The sample gathered is 300 respondents who are domiciled in Jakarta and are users or interested in similar products.

The calculation of optimal prices was calculated in dependent circumstance between three of the products. Proposed changes in product prices from three products owned by Ala-Carte Club succeeded in increasing estimated total revenue by Rp 2.328.611.765 to become Rp 11.852.905.882. The changes are as follow: 12 Months Club Ala-Carte Membership from Rp 400.000 to Rp 470.000; 6 Months Club Ala-Carte Membership from Rp 250.000 to Rp 350.000; 1 Months Club Ala-Carte Membership from Rp 50.000 to Rp 200.000. Estimated total revenue is obtained from the calculation of estimated market size, share of preferences and product prices.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah yang diberikan-Nya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“OPTIMASI HARGA UNTUK PROGRAM KEANGGOTAAN CLUB ALA-CARTE”**. Penulis melakukan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan akademik guna mencapai gelar sarjana teknik dalam bidang ilmu Teknik Industri di Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan pada skripsi ini karena adanya hambatan-hambatan yang dialami oleh penulis selama pengerjaan skripsi ini. Seluruh hambatan yang dialami oleh penulis dapat diatasi berkat bantuan, dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, kepada:

1. Bapak Fransiscus Rian Pratikto, S.T., M.T., MIE. selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu, membimbing, memberikan masukan, dan dukungan lebih sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Sani Susanto, Ph.D., IPU, AER. selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, membimbing, memberikan masukan, dan dukungan lebih sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. dan Bapak Alfian Tan, S.T., M.T. selaku penguji siding skripsi yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan masukan bagi penelitian penulis.
4. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendukung, mendoakan, memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini.
5. Michelle Malekhi yang selalu mendukung, menemani, mendoakan, memberikan penyertaan, motivasi dan kasih sayangnya kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini.

6. Jason Yusmario, Renata Andini, Dextraldi Aruan, Tommy Pranoto, Guritno Suro, serta segenap keluarga Swanhouse yang selalu membantu dan membahu setiap saat selama perkuliahan penulis.
7. Teman - teman Program Studi Teknik Industri angkatan 2015 khususnya kelas B yang selalu mewarnai dan berjuang bersama selama 4 tahun kegiatan perkuliahan.
8. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis selama pengerjaan skripsi ini.

Penulis berharap semoga Tuhan membalas segala kebaikan berbagai pihak yang telah membantu penulis selama menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari banyak kekurangan pada skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun serta menyempurnakan skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat yang dan digunakan dengan baik untuk berbagai pihak.

Bandung, 24 Juli 2019

Penulis

# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	I-3
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-6
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-7
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-7
I.6 Metodologi Penelitian .....	I-7
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
II.1 <i>Choice Based-Conjoint Analysis (CBC Analysis)</i> .....	II-1
II.2 Masalah Optimasi Harga .....	II-4
II.3 Fungsi Permintaan.....	II-5
II.4 Estimasi Utilitas dan Simulasi Pasar .....	II-7
II.5 Metode <i>Hierarchical Bayes</i> .....	II-9
II.6 Produk.....	II-10
II.7 Jasa.....	II-11
II.8 Teknik Sampling .....	II-12
II.8.1 <i>Random Sampling</i> .....	II-13
II.8.2 <i>Non-Random Sampling</i> .....	II-14
II.9 Metode Pengumpulan Data.....	II-14
<b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b>	
III.1 Pengumpulan Data.....	III-1
III.1.1 Penentuan Atribut dan <i>Level</i> .....	III-1

III.1.2 Perancangan Kuesioner Berdasarkan <i>Choice Based-Conjoint</i> .....	III-5
III.2 Pengolahan Data .....	III-8
III.2.1 Estimasi Utilitas Atribut dan Validasi Internal .....	III-8
III.2.2 Simulasi Pasar .....	III-11
III.2.3 Penentuan Fungsi Permintaan .....	III-13
III.2.4 Formulasi <i>Revenue</i> .....	III-21
III.2.5 Penurunan Solusi Optimal Harga .....	III-22
<b>BAB IV ANALISIS</b>	
IV.1 Analisis Pemilihan Metode <i>Choice-Based Conjoint</i> .....	IV-1
IV.2 Analisis Penentuan Atribut dan <i>Level</i> .....	IV-2
IV.3 Analisis Model Desain Kuesioner .....	IV-4
IV.4 Analisis Kurva Permintaan.....	IV-4
IV.5 Analisis Usulan Harga Optimal.....	IV-6
<b>BAB V KESIMPULAN SARAN</b>	
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran .....	V-1
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Hasil Wawancara Awal .....	I-4
Tabel II.1	Perbandingan Metode <i>Conjoint Analysis</i> .....	II-3
Tabel II.2	Fungsi <i>Demand</i> untuk Kurva Permintaan.....	II-6
Tabel III.1	Hasil Wawancara Validasi .....	III-1
Tabel III.2	Hasil Wawancara Atribut Variasi Merchant dan Harga .....	III-3
Tabel III.3	Syarat Pemenuhan Atribut dan <i>Level</i> .....	III-4
Tabel III.4	Hasil Rekapitulasi Atribut dan <i>Level</i> .....	III-4
Tabel III.5	<i>Average Importance</i> .....	III-9
Tabel III.6	<i>Product Share of Preference Simulation</i> .....	III-10
Tabel III.7	Total Responden Terhadap <i>Fixed-Task</i> (Aktual) .....	III-10
Tabel III.8	<i>Product Share of Preference (Actual)</i> .....	III-10
Tabel III.9	Validasi Internal.....	III-10
Tabel III.10	Skenario Awal.....	III-11
Tabel III.11	<i>Product Share of Preference</i> Skenario Awal .....	III-12
Tabel III.12	<i>Demand Point Club</i> Ala-Carte 12 Bulan.....	III-15
Tabel III.13	<i>Demand Point Club</i> Ala-Carte 6 Bulan.....	III-15
Tabel III.14	<i>Demand Point Club</i> Ala-Carte 1 Bulan.....	III-15
Tabel III.15	Fungsi Permintaan <i>Cubic Spline</i> Club Ala-Carte 12 Bulan .....	III-16
Tabel III.16	Fungsi Permintaan <i>Cubic Spline</i> Club Ala-Carte 6 Bulan .....	III-16
Tabel III.17	Fungsi Permintaan <i>Cubic Spline</i> Club Ala-Carte 1 Bulan .....	III-17
Tabel III.18	Harga dan Revenue Keadaan Sekarang .....	III-23
Tabel III.19	<i>Input</i> Perhitungan dengan <i>Software Sawtooth Lighthouse</i> .....	III-23
Tabel III.20	Contoh Hasil Perhitungan dengan <i>Software Sawtooth Lighthouse</i> .....	III-24
Tabel III.21	Perhitungan Harga Optimal Pertama .....	III-25
Tabel III.22	Perhitungan Harga Optimal Kedua .....	III-26
Tabel III.23	Perhitungan Harga Optimal Ketiga.....	III-27
Tabel III.24	Perhitungan Harga Optimal Terakhir .....	III-28
Tabel III.25	Harga Optimal dan Pendapatan Optimal .....	III-28

Tabel III.26 Perbandingan Preferensi Konsumen Harga Awal dan Harga Optimal.....	III-29
--	--------

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Perkembangan Pengguna <i>Smartphone</i> .....	I-1
Gambar I.2	Metodologi Penelitian Optimasi Harga Program Keanggotaan Club Ala-Carte .....	I-9
Gambar III.1	Pengantar Kuisisioner .....	III-6
Gambar III.2	Kuisisioner Bagian 1 (Validasi Responden) .....	III-6
Gambar III.3	Kuisisioner CBC <i>Choice-Task</i> .....	III-7
Gambar III.4	Hasil <i>Analysis Hierarchical Bayes</i> .....	III-9
Gambar III.5	<i>Pie Chart Product of Preference</i> Awal .....	III-13
Gambar III.6	<i>Revenue Business Model</i> .....	III-14
Gambar III.7	Kurva Permintaan Club Ala-Carte 12 Bulan <i>Cubic Spline</i> .....	III-17
Gambar III.8	Kurva Permintaan Club Ala-Carte 6 Bulan <i>Cubic Spline</i> .....	III-18
Gambar III.9	Kurva Permintaan Club Ala-Carte 1 Bulan <i>Cubic Spline</i> .....	III-18
Gambar III.10	Kurva Permintaan Club Ala-Carte 12 Bulan Fungsi Power.....	III-19
Gambar III.11	Kurva Permintaan Club Ala-Carte 6 Bulan Fungsi Power.....	III-20
Gambar III.12	Kurva Permintaan Club Ala-Carte 1 Bulan Fungsi Power.....	III-20
Gambar III.13	<i>Pie Chart Product of Preference</i> Usulan.....	III-29

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A PERHITUNGAN HARGA OPTIMAL KETIGA PRODUK .....A-1

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan, dibahas mengenai optimasi harga untuk program keanggotaan Club Ala-Carte. Pada bab ini, akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan

### I.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis aplikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat di beberapa tahun terakhir ini. Perkembangan didukung oleh data yang dibuat oleh perusahaan *e-marketer*, data yang ditunjukkan adalah perkembangan jumlah pengguna *smartphone* yang berada di Indonesia. Data menunjukkan pada tahun 2015 terdapat 52,2 juta pengguna *smartphone* dan bertumbuh sampai dengan 103 juta pengguna di tahun 2018. Gambar I.1 merupakan bukti data pengguna *smartphone*.



Gambar I.1 Perkembangan Pengguna *Smartphone*

(Sumber: <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>)

Pertumbuhan pengguna *smartphone* ini menunjukkan banyak peluang untuk perusahaan – perusahaan agar membuka bisnis mereka ke area digital yakni aplikasi dan salah satu bisnis yang berkembang di Indonesia adalah bisnis makanan. Bisnis makanan termasuk dalam sektor akomodasi dan makan minum. Menurut badan pusat statistik, sektor ini mengalami peningkatan sebesar 5,07% dari tahun 2016 menuju tahun 2017. Makanan merupakan bisnis yang akan selalu meningkat karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer semua orang. Kuliner adalah perilaku seorang manusia yang ingin mencoba keanekaragaman jenis makanan. Istilah kuliner sudah sering di dengar orang – orang. Banyak rumah makan yang baru dijadikan sebagai destinasi kuliner. Kuliner juga menjadi gaya hidup baru bagi orang – orang. Keinginan untuk mencoba hal baru, rasa baru, pengalaman baru diperlukan oleh mereka yang suka kuliner. Bisnis kuliner dengan berbasis aplikasi ini merupakan bisnis yang sedang ramai dibicarakan orang. Penawaran yang diberikan membuat banyak orang untuk mencoba hal yang ditawarkan oleh perusahaan – perusahaan yang bergerak dibidang ini. Club Ala-Carte adalah perusahaan pertama di Indonesia yang menawarkan program keanggotaan berbasis aplikasi dalam bidang kuliner.

Club Ala-Carte berdiri pada tahun 2017 dan sudah berjalan satu tahun. Keanggotaan ini menawarkan beli-1-gratis-1 dari hidangan pembuka, hidangan utama, makanan penutup, sampai dengan *cocktail* maupun *mocktail* di seluruh restoran yang bekerja sama dengan Club Ala-Carte. Club Ala-Carte menawarkan 3 voucher setiap restoran yang bekerja sama dan hanya dapat di klaim sekali dalam satu tahun. Program keanggotaan yang ditawarkan saat ini hanya ada di Jakarta. Restoran yang bekerja sama merupakan restoran kelas atas seperti restoran modern kontemporer, *fine dining*, *café* dan *bakery*. Club Ala-Carte memiliki kerja sama lebih dari 200 restoran di Jakarta. Beberapa contoh restoran yang memiliki kerja sama adalah *Three Folks Coffee*, *Tesate*, *Tony Roma's*, *Honu Central*, *Cold Stone Creamery*, *Ganesha Ek Sakristi*, *Meat Me*, *Bottega Ristorante*, *TWG*, *Benedict*, *Three Buns* dan lain-lain. Ditahun kedua Club Ala-Carte memperluas keanggotaan nya dengan penawaran seperti beli-1-gratis-1 dan potongan harga untuk perusahaan jasa dengan bidang *entertainment*, *fitness*, *beauty & wellness*, *everyday services*, dan *retail*. Beberapa contoh perusahaan jasa yang memiliki kerja sama dengan Club Ala-Carte adalah *20Fit*, *Ride Jakarta*, *Har Derma Solution*, *Marie France Bodyline*, *Barberbox*, *The Cufflinks Store* dan

lain-lain. Club Ala-Carte mendominasi bisnis ini karena belum ada kompetitor lainnya tetapi untuk mempertahankan bisnis ini Club Ala-Carte harus melihat kesempatan bisnis baru dan juga memperhatikan perilaku pasar yang ada ketika terjadi persaingan dengan kompetitor yang mulai masuk ke dalam bisnis ini.

## **I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Club Ala-Carte memasuki tahun ketiga dalam bisnis keanggotaan aplikasi kuliner. Pada tahun pertama dan tahun kedua, Club Ala-Carte tidak memiliki kompetitor, tetapi pada tahun akhir kedua terdapat perusahaan aplikasi berasal dari India masuk ke dalam bisnis yang sama dengan Club Ala-Carte. Aplikasi ini bernama Zomato, pada awalnya Zomato merupakan perusahaan aplikasi yang menawarkan *database* terkait seluruh restoran yang ada pada suatu kota. Dalam *database* ini terdapat informasi, menu, foto, testimoni terkait dengan kualitas tempat serta makanan yang diberikan oleh restoran tersebut.

Pada November tahun 2018 Zomato mengeluarkan keanggotaan yang mirip dengan keanggotaan Club Ala-Carte, tetapi hanya penawaran terhadap restoran. Program keanggotaan ini dinamakan Zomato Gold. Program keanggotaan Zomato gold menawarkan beli-1-gratis-1 makanan atau beli-2-gratis-2 minuman pada seluruh restoran yang berkerja sama dengan Zomato gold. Penggunaan program ini hanya dapat digunakan sekali kunjungan pada satu restoran per-harinya, tetapi bisa dilakukan tanpa batas selama program keanggotaan masih berlaku. Pada awalnya Zomato Gold menawarkan berbagai program keanggotaan dimulai dengan harga Rp 200.000,00 untuk satu tahun program keanggotaan tanpa batasan pemakaian dan Rp 150.000,00 untuk enam bulan program keanggotaan tanpa batasan pemakaian. Pada bulan Februari 2019 Zomato Gold mengganti paket program keanggotaan nya dengan Rp 90.000,00 untuk 3 voucher setiap restoran tanpa ada jangka waktu, Rp 200.000,00 untuk 10 voucher setiap restoran tanpa ada jangka waktu dan Rp 350.000,00 untuk satu tahun program keanggotaan tanpa batasan penggunaan voucher. Sedangkan Club Ala-Carte menawarkan paket keanggotaan 3 jenis yaitu *premium member* dengan harga Rp 399.000,00 untuk satu tahun, *premium member* dengan harga Rp 249.000,00 untuk 6 bulan, dan *premium member* dengan harga Rp 49.000,00 untuk satu bulan. Perbedaan harga antara kedua produk yang ditawarkan cukup

signifikan. Club Ala-Carte memiliki ancaman kehilangan konsumen karena keberadaan kompetitor baru seperti Zomato Gold dan ada kemungkinan untuk perusahaan lain mulai masuk ke dalam bisnis aplikasi kuliner.

Wawancara dilakukan untuk mengetahui pendapat konsumen terhadap kombinasi atribut produk program keanggotaan dan membandingkan produk yang ditawarkan oleh Zomato Gold dan Club Ala-Carte. Wawancara awal ini dilakukan kepada pengguna Zomato Gold dan Club Ala-Carte, serta konsumen mengetahui produk yang ditawarkan oleh kedua perusahaan. Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan beberapa pertanyaan. Pertanyaan yang digunakan sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan anda untuk membeli produk program keanggotaan kuliner?
2. Apa pendapat anda mengenai produk program keanggotaan Club Ala-Carte?
3. Apa preferensi anda terhadap kedua produk aplikasi ini dengan program keanggotaan yang ditawarkan?

Wawancara dilakukan kepada 10 pengguna aplikasi Zomato Gold dan Club Ala-Carte. Pengguna aplikasi yang di wawancara berdomisili dari Jakarta. Berikut hasil wawancara:

Tabel I.1 Hasil Wawancara Awal

Responden	Pertanyaan 1	Pertanyaan 2	Pertanyaan 3
1	Harga, promo, variasi merchant	Penawaran yang diberikan menarik dari pilihan merchantnya	Zomato Gold karena frekuensi kunjungan cenderung sedikit
2	Promo, harga, variasi merchant	Merchant yang bekerja sama banyak dan sesuai selera, harga yang mahal, voucher menjadi batasan kunjungan	Zomato Gold karena daya beli kurang
3	Harga, variasi merchant, jangka waktu membership	Harga berlangganan mahal tapi sesuai dengan yang ditawarkan	Zomato Gold karena daya beli kurang
4	Harga, variasi merchant	Produk diperuntukkan hanya untuk sewaktu-waktu karena penggunaan hanya 3 kali dalam setahun	Zomato Gold karena preferensi merchant

(Lanjut)

Tabel I.1 Hasil Wawancara Awal (Lanjutan)

Responden	Pertanyaan 1	Pertanyaan 2	Pertanyaan 3
5	Harga, variasi merchant, jangka waktu membership	Medium price point, promo lifestyle menarik	Zomato Gold karena pilihan merchant sesuai daya beli, unlimited pemakaian dalam setahun
6	Promo, harga, jumlah voucher	Pilihan merchant yang high end dan menarik	Club ala carte karena penawaran lifestyle
7	Harga, promo, variasi merchant	Syarat dan ketentuan berlaku terjamin, harga cukup mahal, jangka waktu yang ditawarkan menarik dengan harganya	Zomato Gold karena harga dan pilihan tempat makan
8	Harga, jumlah voucher	Harga terlalu mahal, merchant yang ditawarkan banyak	Zomato Gold karena jauh lebih murah
9	Variasi merchant, harga	Pilihan merchant sesuai dengan selera, harga berlangganan sesuai dengan pilihan merchant yang ada	Club ala carte karena preferensi merchant
10	Promo, harga	Harga terlalu mahal, voucher yang ditawarkan kurang banyak	Zomato Gold karena jarang menggunakan promo lifestyle

Pengguna dari kedua aplikasi ini lebih banyak preferensi untuk produk yang ditawarkan Zomato Gold dengan berbagai alasan. Dari jawaban setiap responden terlihat banyak faktor yang menjadi pertimbangan untuk keputusan pembelian produk program keanggotaan dan harga menjadi alasan yang paling banyak dari semua faktor. Sebagai resolusi dari ancaman bisnis, Club Ala-Carte harus mengambil tindakan dengan mengubah program yang ditawarkan. Perubahan program juga harus diikuti dengan perbedaan harga dan cocok dengan yang diinginkan pasar. Ada beberapa metode untuk mencari harga yang tepat, antara lain dari data historis pembelian, *contingent valuation methods*, *self-stated willingness to pay*, *experimental auction* dan *choice-based conjoint (conjoint analysis)*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *choice-based conjoint* salah satu jenis dari *conjoint analysis*. *Conjoint analysis* adalah analisis *multivariate* untuk memprediksi nilai dari suatu kombinasi atribut berdasarkan subjektivitas dari responden. Penggunaan *conjoint analysis* sering kali digunakan untuk penelitian strategi pemasaran, beberapa penggunaan *conjoint analysis*

untuk mendefinisikan kombinasi atribut yang optimal yakni kombinasi paling penting dan berpengaruh dari produk yang ditawarkan untuk konsumen, mendemonstrasikan kontribusi setiap atribut yang mempengaruhi pilihan pembelian oleh konsumen, kelompok pasar berdasarkan kesamaan pada atribut produk dan pemilihan harga yang cocok dengan kombinasi atribut yang ada.

*Conjoint analysis* memiliki kelebihan untuk menganalisis beberapa kombinasi produk atribut daripada *contingent valuation method* dan *consumer attitude index analysis* yang hanya menghasilkan beberapa produk atribut (Hair, Joseph, Williams, et al., 2010). Metode *choice-based conjoint* sering kali digunakan sebagai metode penelitian penentuan harga yang kompetitif dalam pasarnya. Metode *choice based-conjoint analysis* merupakan metode yang menggambarkan hasil secara realistis dan mendekati mimik asli dari pasar (Rao, 2009). Metode ini juga dapat memperlihatkan preferensi pasar terhadap seluruh produk yang ada serta memperlihatkan nilai *trade-off* antar attribute. *Choice-based conjoint* akan digunakan untuk mencari kurva permintaan dari pasar dengan melakukan *sensitivity analysis* terhadap harga dari atribut-atribut yang ada. Metode ini digunakan pada Club Ala-Carte untuk menentukan harga yang sesuai dari ketiga produk dengan keinginan pasar sehingga dapat meningkatkan *revenue* dan mempertahankan bisnisnya dari kompetitor yang ada.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, ditentukan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Berapa harga optimal untuk memaksimalkan revenue produk program keanggotaan Club Ala-Carte?

### **I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Pada penelitian ini akan diberikan beberapa asumsi dan batasan. Penentuan batasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terfokus dalam menyelesaikan masalah dan memperjelas lingkup bahasan pada penelitian pada Club Ala-Carte. Batasan masalah untuk penelitian pada Club Ala-Carte dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Penelitian dilakukan sampai tahap penentuan harga optimal produk.
2. Usulan harga optimal tidak diimplementasikan.

Selain penentuan batasan masalah, terdapat asumsi yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian pada Club Ala-Carte ini mengasumsikan tidak ada perubahan sistem pada perusahaan saat penelitian berlangsung.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari perumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya, penelitian yang dilakukan pada Club Ala-Carte memiliki beberapa tujuan sebagai berikut.

1. Mendapatkan harga optimal yang sesuai dengan nilai *maximum revenue* dari produk program keanggotaan Club Ala-Carte.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Manfaat penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut.

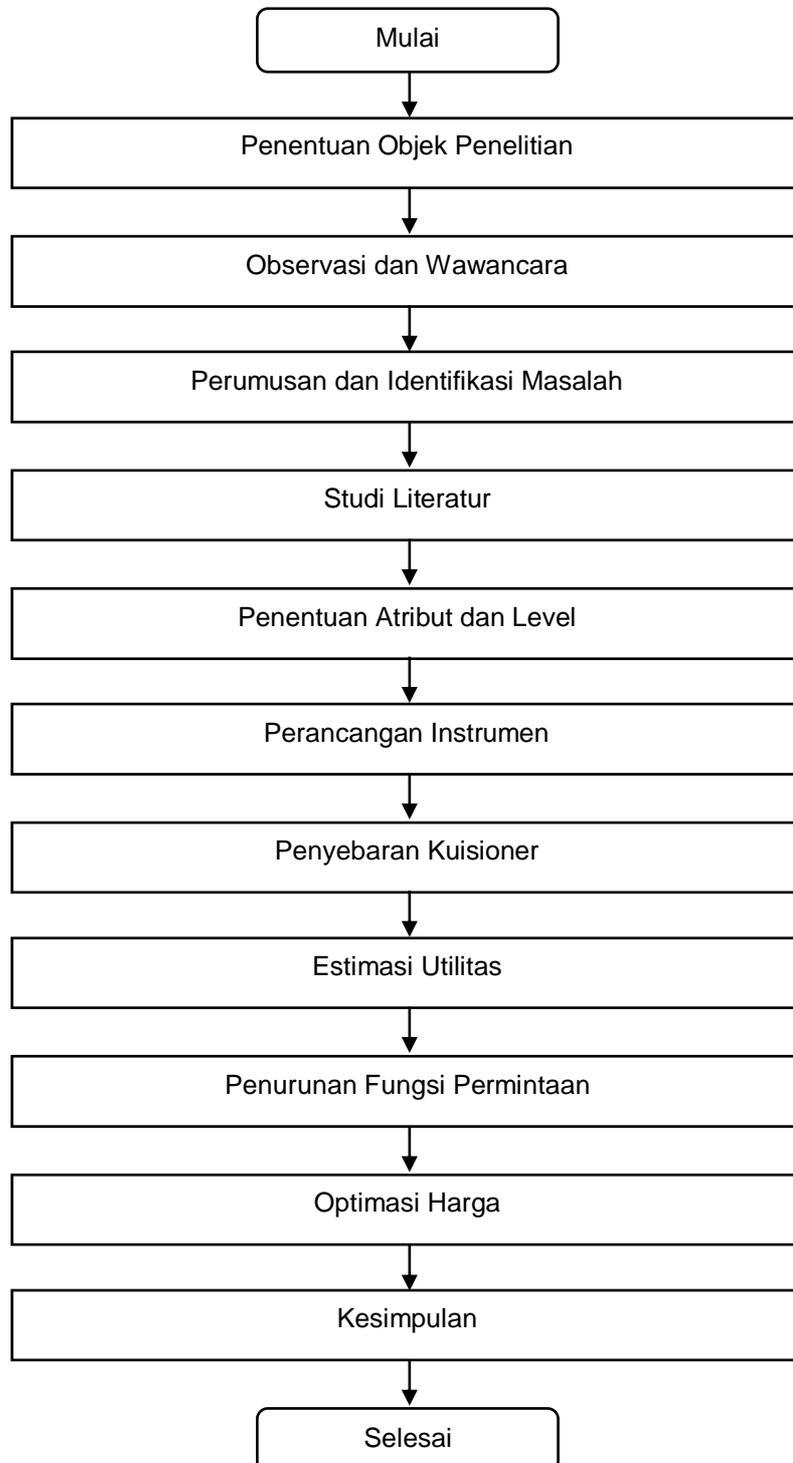
1. Bagi pihak Club Ala-Carte:
  - a. Club Ala-Carte mengetahui seluruh atribut pemilihan konsumen.
  - b. Club Ala-Carte dapat mengerti preferensi konsumen terhadap produk yang diberikan.
  - c. Club Ala-Carte dapat menggunakan harga optimal agar mendapatkan keuntungan lebih besar.
2. Bagi peneliti:
  - a. Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai pengaplikasian *choice based-conjoint analysis* untuk *pricing optimization*.
  - b. Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian berikutnya.

#### **I.6 Metodologi Penelitian**

Pada bagian ini, akan diuraikan mengenai langkah-langkah metodologi penelitian dalam melakukan penelitian ini secara sistematis dan dapat mencapai tujuan. Gambar 1 merupakan metodologi dari penelitian yang akan dilakukan. Uraian langkah-langkah dari metodologi penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penentuan objek penelitian  
Tahap pertama yang dilakukan adalah menentukan perusahaan yang dijadikan objek penelitian. Tujuan dari tahap ini untuk menentukan permasalahan yang ada pada perusahaan untuk diselesaikan dengan penelitian.
2. Observasi dan Wawancara  
Tahapan ini dilakukan dengan melakukan observasi terkait aplikasi Club Ala-Carte dari penggunaan aplikasi sampai dengan produk yang ditawarkan. Wawancara dilakukan kepada konsumen aplikasi Club Ala-Carte dan aplikasi sejenis lainnya dengan tujuan konfirmasi hasil observasi.
3. Perumusan dan Identifikasi Masalah  
Tahapan ini membuat latar belakang masalah dan juga melakukan identifikasi lebih lanjut mengenai masalah yang ada. Selanjutnya dirumuskan masalah yang ada dengan batasan dan asumsi dari penelitian untuk penyelesaian masalah.
4. Studi Literatur  
Studi literatur diperuntukan membahas teori dan pemahaman mengenai topik terkait. Semua pembahasan memiliki tujuan untuk membantu memberikan solusi untuk permasalahan yang telah di rumuskan. Kajian pustaka yang digunakan berasal dari buku, internet, dan jurnal.
5. Penentuan Atribut dan Level  
Tahap ini merumuskan seluruh atribut dan level yang berkaitan dengan produk oleh aplikasi Club Ala-Carte dan aplikasi sejenis lainnya dengan melakukan wawancara kepada konsumen. Penentuan atribut dan level ini dilakukan dengan wawancara langsung kepada responden.
6. Perancangan Instrumen  
Perancangan instrumen dilakukan dengan membuat beberapa pertanyaan yang diperkirakan dapat menjawab permasalahan yang diteliti. Perancangan dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner yang dibuat dari *software sawtooth lighthouse*.
7. Penyebaran Kuisisioner  
Penyebaran kuisisioner diperlukan untuk mendapatkan jawaban dari perumusan masalah yang telah dibuat. Stimuli – stimuli yang dibentuk

dengan *software sawtooth lighthouse* akan menjawab perumusan masalah tersebut.



Gambar I.2 Metodologi Penelitian Optimasi Harga Program Keanggotaan Club Ala-Carte

8. Estimasi Utilitas  
Setelah dilakukan penyebaran kuisisioner, hasil kuisisioner akan diekstraksi dengan *software sawtooth lighthouse* untuk mendapatkan nilai utilitasnya serta kombinasi atribut yang optimal sesuai dengan preferensi konsumen.
9. Penurunan Fungsi Permintaan  
Penurunan fungsi permintaan adalah tahap penentuan *demand* untuk estimasi orang yang mau membeli pada harga tertentu untuk diperhitungkan harga yang optimal.
10. Optimasi Harga  
Tahap ini dilakukan perhitungan harga dengan melakukan preferensi konsumen terkait dengan kombinasi atribut yang optimal. Perhitungan harga didasari dengan perbedaan dari masa berlaku program keanggotaan.
11. Kesimpulan dan Saran  
Setelah dilakukan pengumpulan dan pengolahan data, disimpulkan perubahan preferensi konsumen terhadap harga dan harga optimal menurut *total revenue* yang diperoleh.

#### **I.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini membagi laporan penelitian menjadi lima bagian yaitu

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bagian ini berisi pembahasan mengenai latar belakang masalah identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan yang terdapat pada penelitian ini.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian ini berisi dasar teori yang digunakan sebagai acuan peneliti dalam mengolah dan melakukan analisis masalah yang Tinjauan pustaka juga digunakan peneliti untuk dapat memperoleh solusi yang tepat dari permasalahan.

#### **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bagian ini berisi data yang diperoleh peneliti dari penyebaran kuisisioner terkait dengan permasalahan yang sedang dihadapi. Penyajian data ini juga digunakan sebagai masukan bagi peneliti untuk melakukan pengolahan data.

Pada bagian ini juga berisikan pengolahan data dimana akan dijelaskan bagaimana data yang ada diolah untuk kemudian diperoleh solusi yang tepat untuk permasalahan yang ada.

#### **BAB IV ANALISIS**

Pada bagian ini berisi analisis hasil pengolahan data dan analisis solusi yang diberikan untuk permasalahan yang ada. Analisis bertujuan untuk mengetahui apakah solusi yang diberikan sudah tepat atau tidak.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dalam pemecahan masalah serta saran yang dapat diberikan bagi pihak Club Ala-Carte maupun pembaca.