

ANALISIS POSITIONING KARTU GSM XL SELULER BERDASARKAN PERSEPSI MASYARAKAT KOTA LHOKSEUMAWE

Syamsul Bahri, Sri Meutia dan Irham Akbar

Jurusan Teknik industri, Fakultas Teknik, Universitas Malikussaleh, Aceh-Indonesia

Bahri_rim@yahoo.com

Abstrak

Dengan semakin banyaknya perusahaan baru serta persaingan yang semakin ketat diantara berbagai merek kartu GSM yang ada sekarang, maka sangat penting bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan pelayanan dari atribut kartu GSM tersebut. Dengan melihat posisi merek kartu GSM XL, simPATI, As dan layanan kinerja Atribut kartu GSM mana saja yang menjadi pertimbangan penting dalam keputusan membeli kartu GSM, menurut persepsi masyarakat kota Lhokseumawe. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal digunakan alat analisis *Attribute Rating (AR)*, *Correspondence Analysis (CA)*, dan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan atribut yang menjadi pertimbangan penting dalam keputusan membeli kartu GSM yaitu tarif sms dan telpon dengan nilai 4,43. Berdasarkan analisis AR kartu GSM merek As lebih unggul dari kedua pesaingnya yaitu Atribut layanan, tarif sms dan telpon relatif murah dengan nilai 4,09, isi ulang pulsa relatif murah dengan nilai 4.13, dan layanan operator sangat baik dengan nilai 4.15. Kartu XL memiliki keunggulan pada atribut sinyal jaringan bagus dengan nilai 4,19, sedangkan kartu simPATI memiliki ke unggulan harga beli kartu relatif murah dengan nilai 4,45. Berdasarkan analisis *correspondence analysis*, merek XL dan simPATI mempunyai kesamaan antar layanan kartu GSM. dengan menggunakan metode regresi linear dapat diketahui bahwa untuk kartu XL atribut layanan sms dan telpon relatif murah mempunyai pengaruh terhadap keputusan dalam membeli kartu. Sedangkan untuk kartu simPATI dan kartu As mempunyai pengaruh dalam pembelian kartu GSM terhadap atribut sinyal jaringan.

KATA KUNCI: *Positioning, correspondence analysis, regresi linear berganda*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi telekomunikasi pada era globalisasi saat ini sangatlah pesat, di Indonesia, perkembangan tersebut menyebabkan setiap individu mengalami perubahan besar dalam cara berkomunikasi dan bertransaksi dimana sebagian besar dari mereka memilih menggunakan sarana elektronik dan media internet dalam aktivitasnya. Salah satu sarana komunikasi yang mengalami perubahan dalam kebutuhan individu sekarang ini adalah penggunaan telekomunikasi seluler. Dengan semakin banyaknya perusahaan baru serta persaingan yang semakin ketat diantara berbagai merek kartu GSM yang ada sekarang, maka sangat penting bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan pelayanan dari atribut kartu GSM tersebut. Sehingga perusahaan tersebut dapat mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki, dibandingkan dengan pesaingnya.

2. Tinjauan Pustaka

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Strategi pemasaran adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya [1].

2.1 *Perceptual Map*

Sebuah teknik grafik dimana digunakan oleh para marketing yang bertujuan untuk memberikan tampilan gambaran persepsi konsumen atau potensial konsumen [2].

2.2 Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Dalam merencanakan penawaran suatu produk, pemasar perlu memahami lima tingkatan produk, yaitu Produk utama atau inti (*core benefit*), Produk generic, Produk harapan (*expected product*), Produk pelengkap (*equipped product*), Produk potensial [3].

2.3 Penilaian Atribut

suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kusioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial yang berpreferensinya, yang disediakan lima pilihan skala dengan bobot nilai sebagai berikut.

Tabel 1 bobot nilai

No	Keterangan	Bobot nilai
1	Sangat penting	1
2	Penting	2
3	Cukup penting	3
4	Kurang penting	4
5	Sangat tidak penting	5

2.4 Merek Produk

Merek adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari semua itu, yang ditujukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa suatu penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari pesaing. Memilih suatu nama merek untuk sebuah produk sangat penting dari segi promosi karena nama merek mengkomunikasikan atribut dan arti [4].

3 Metodologi Penelitian

3.1 Uji *Validitas*

Untuk mengetahui apakah instrumen yang dipakai cukup layak digunakan sehingga menghasilkan data yang akurat, maka dilakukan uji validitas. dengan menggunakan rumus sebagai Berikut:

$$R_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2) - (\sum X^2)(N\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

3.2 Uji Reabilitas

Pengukuran *reliabilitas* dapat dilakukan dengan one shot atau pengukuran sekali saja. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60. Untuk uji Reabilitas dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right)$$

3.3 Analisis Attribute Rating,

Dalam atribut rating untuk mengidentifikasi urutan layanan atribut kartu GSM yang menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian dan untuk menilai persepsi kinerja layanan atribut yang diteliti dengan menggunakan skala likert 1 –5 dalam kuesioner.

3.4 Correspondence Analysis,

Analysis ini menggunakan pendekatan *compositional* yang menggunakan teknik *multivariat*, dan data *nonmetric*, data ini menggunakan data *input* yang bersifat nominal.

3.5 Analisis Regresi Berganda

Hasil ini menunjukkan layanan atribut yang paling signifikan yang mempengaruhi pertimbangan dalam keputusan pembelian kartu GSM. Dengan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Responden

Dari hasil penyebaran kuesioner dengan jumlah responden berdasarkan rumus metode Slovin dimana tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%.

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ &= \frac{103}{1+103 \times 0.05^2} \\ &= 81.90 \end{aligned}$$

Jadi dalam pengambilan sampel pada penelitian ini sebanyak 82 responden.

a. Uji Validitas Tingkat Kepentingan Atribut Kartu GSM

pengujian *validitas* untuk data tingkat kepentingan atribut produk, untuk skor jawaban melalui responden pada penyebaran kuesioner tingkat kepentingan layanan kartu GSM. Hasil nilai pengujian validitas tingkat kepentingan layanan kartu GSM dapat dilihat pada pada Tabel 4.1.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Atribut

No	Atribut Produk	Nilai (r_{hitung})	Nilai (r_{tabel})	Keterangan	Kesimpulan
1	Harga beli kartu P	0.597	0.215	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Sinyal jaringan	0.388	0.215	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Tarif sms & telpon	0.384	0.215	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	Isi ulang pulsa	0.698	0.215	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	Layanan operator	0.701	0.215	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: output SPSS

b. **Pengujian validitas untuk pernyataan “layanan kinerja kartu GSM”** terhadap kinerja layanan dari produk kartu GSM berdasarkan jawaban dari responden. Hasil penilaian pengujian validitas dari layanan kinerja kartu GSM dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3 Hasil uji Validitas Atribut kinerja layanan kartu GSM.

Atribut produk kartu GSM	Kartu GSM			r_{tabel}	Keterangan
	XL (r_{hitung})	simPATI (r_{hitung})	As (r_{hitung})		
Harga kartu perdana relatif murah	0,879	0,302	0,879	0,215	Valid
Sinyal jaringan bagus	0,390	0,888	0,888	0,215	Valid
Tarif sms & nelpon relatif murah	0,472	0,923	0,923	0,215	Valid
Isi ulang pulsa relatif murah	0,630	0,539	0,515	0,215	Valid
Layanan operator sangat baik	0,469	0,914	0,914	0,215	Valid

Sumber: output SPSS

a. **Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Atribut Kartu GSM**

Hasil rekapitulasi pengujian *reliabilitas* untuk data tingkat kepentingan atribut produk, Lampiran 7. dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4. Uji *Reliabilitas* tingkat kepentingan atribut kartu GSM

Cronbach's Alpha	N of Items
.715	6

Sumber: output SPSS

Nilai koefisien *reliabilitas* di atas adalah 0,715. Sesuai kriteria sebelumnya, angka koefisien tersebut sudah lebih besar dari 0,6 maka dapat disimpulkan data hasil kuesioner memiliki tingkat *reliabilitas* yang baik.

b. **Uji Reliabilitas Persepsi Kinerja Layanan Atribut Kartu GSM**

Sama halnya dengan pengujian validitas sebelumnya, untuk pengujian *reliabilitas* juga dilakukan terhadap item pernyataan yang berkaitan dengan atribut-atribut kartu GSM yang ada, hasil pengujian *reliabilitas* untuk layanan kinerja kartu GSM Produk. Lampiran 18 s/d 22, dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5 Hasil Reliabilitas Pada Kinerja Layanan Atribut Kartu GSM

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Harga kartu perdana relatif murah	0,764	Reliabel
Sinyal jaringan bagus	0,787	Reliabel
Tarif sms & nelpon relatif murah	0,819	Reliabel
Isi ulang pulsa relatif murah	0,644	Reliabel
Layanan operator sangat baik	0,814	Reliabel

Sumber: output SPSS

Nilai koefisien *reliabilitas* di atas. Sesuai kriteria sebelumnya, angka koefisien tersebut sudah lebih besar dari 0,6 maka dapat disimpulkan data hasil kuesioner memiliki tingkat *reliabilitas* yang baik.

Data untuk *attributerating* diambil berdasarkan jawaban responden dari kuesioner tingkat kepentingan Atribut berdasarkan dalam membeli kartu, adapun peringkat kepentingan produk dalam membeli kartu GSM dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 6 Peringkat Tingkat Kepentingan Attribute

Layanan Atribut Produk	Mean	Peringkat
Tarif sms dan telpon	4,43	1
Sinyal jaringan	4,40	2
Isi ulang pulsa	3,27	3
Harga beli kartu perdana	3,26	4
Layanan operator	2,73	5

Sumber: Pengolahan Data

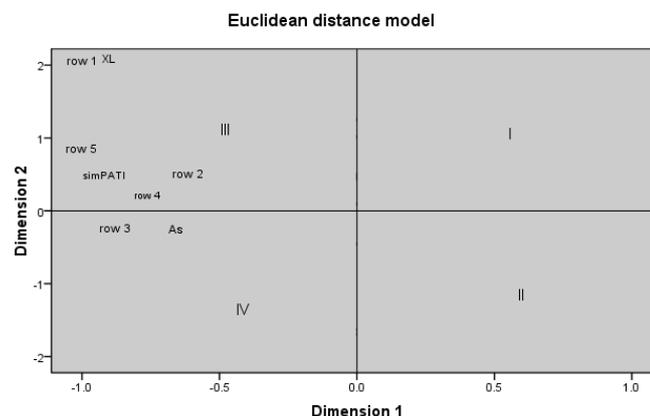
Hasil penilaian persepsi kinerja atribut dari merek kartu GSM yang diteliti yaitu kartu XL, simPATI, dan As, secara keseluruhan nilai rata-rata (*mean*) dari kinerja atribut kartu GSM untuk setiap merek dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7 Hasil Rekapitulasi Persepsi Kinerja Atribut Merek Kartu GSM

Layanan Atribut	Merek		
	XL	simPATI	As
Harga beli kartu perdana relatif murah	4,43	4,45	4,43
Sinyal jaringan bagus	4,19	4,11	4,11
Tarif sms & nelfon murah	3,63	3,66	4,09
Isi ulang pulsa relatif murah	3,73	4,04	4,13
Layanan operator sangat baik	3,73	3,73	4,15

Sumber: Peneliti

Pembentukan kelompok dari kartu GSM yang ada untuk setiap mereknya dipetakan kedalam *perceptual map* dengan *correspondence analysis*, dapat ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Perceptual Map

Maka dari hasil regresi *output SPSS* didapat untuk kartu XL atribut sms dan telpon relatif murah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu GSM. Dimana sig variabel tersebut sebesar 0.041 lebih kecil dibanding tingkat error 5% yaitu 0.05. dengan model regresi yang didapat sebagai berikut.

$$Y = 21,713 - 0,220X_1 + 0,339 X_2 - 0,842X_3 - 0,553X_4 + 0,215X_5 + e.$$

dari hasil regresi *output SPSS* untuk kartu simPATI atribut sinyal jaringan bagus mempunyai pengaruh yang signifikan karna nilai sig yang didapat 0,002 < 0.05. dengan model regresi yang didapat sebagai berikut.

$$Y = 14,783 - 0.362X_1 + 1,157X_2 - 0,24X_3 - 0,371X_4 + 0,670X_5 + e.$$

Maka dari hasil regresi *output SPSS* didapat untuk kartu As atribut sinyal jaringan bagus mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian

kartu GSM. Dimana signifikan variabel tersebut sebesar 0.032 lebih kecil dibanding tingkat error 5% yaitu 0.05. dengan model regresi yang didapat sebagai berikut.

$$Y = 18.227 - 0,762X_1 + 1,856X_2 - 1,340X_3 - 0,314X_4 + 0.549X_5 + e.$$

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan terhadap hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Posisi persaingan kartu GSM berdasarkan persepsi masyarakat kota Lhokseumawe, mempunyai posisi yang berbeda-beda berdasarkan persepsinya. Dalam peta *correspondence* pengelompokan merek kartu GSM dipetakan kedalam *perceptual map*. Sehingga dapat dikelompokkan sebagai berikut.
 - a. Kuadran III, terdapat merek produk XL dan simPATI dimana pada kuadran ini preferensi konsumen terhadap layanan atribut produk nyaman digunakan pengguna kartu GSM, sehingga layanan atribut ini harus dipertahankan sehingga konsumen terus merasa puas atas layanan kinerja yang diberikan suatu produk.
 - b. Kuadran IV, terdapat merek produk As dengan atribut tarif sms dan telpon relatif dimana pada kuadran ini preferensi konsumen terhadap layanan ini harga relatif murah, sehingga layanan ini harus dipertahankan sehingga konsumen terus mmerasa puas dengan layanan yang ada.
2. Layananan yang mempengaruhi dalam keputusan membeli.
 - a. kartu GSM XL : Tarif sms dan telpon relatif murah
 - b. kartu GSM simPATI : Sinyal jaringan bagus
 - c. kartu GSM As : Sinyal jaringan bagus.

5.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan-perusahaan kartu GSM untuk lebih memperhatikan tarif sms dan telpon yang menjadi prioritas konsumen dalam membeli produknya. Hal ini harus lebih diperhatikan karena konsumen saat ini lebih sensitif dengan biaya persms dan nelfon ketika menggunakannya.
2. Untuk meningkatkan jumlah pelanggan kartu GSM pada tiap merek produk perlu dipertahankan keunggulan layanan atribut pesaingnya agar tetap dapat berkompetisi dan melakukan promosi yang tepat.

Daftar Pustaka

- [1] Garry Armstrong, Manajemen Pemasaran 1993. *Analisi Perencanaan, Impelementasi dan Pengendalian*, Jilid I, Edisi 8E, Terjemahan, Jakarta : PT. Prenhallindo.
- [2] Sutanto Mursit 2001, Skripsi : *Analisis Positioning Soft Drink Berdasarkan Persepsi Konsumen di Madura*.
- [3] Kotler, Philips. 2000. *Marketing Management. 10th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [4] Belch, G.E & Belch, M.A. 2007. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective, 7th Edition*. New York: McGraw Hill.