

Perancangan strategi harga jual jasa profesional SI/TI dengan pendekatan customer based value berbasis tabel manfaat bisnis SI/TI generik pada perusahaan bidang teknologi informasi studi kasus PT XYZ = Design of pricing strategy for IS/IT professional service with customer based value approach based on table s generic IS/IT business value in information technology company case study PT XYZ

Rachmat Agusli, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20349949&lokasi=lokal>

Abstrak

Strategi harga jual bagi setiap perusahaan merupakan komponen penting dalam proses mendapatkan keuntungan yang maksimal termasuk di dalamnya pada harga jual jasa profesional SI/TI. Di zaman customer-centric saat ini perlu adanya pendekatan baru dalam merancang strategi harga jual yaitu outside-in yang berdasarkan kepada berapa nilai jasa yang mendekati perspektif manfaat yang akan diterima pelanggan serta keselarasan nilai tersebut dengan keinginan pelanggan untuk membayarnya. Dalam keterkaitan dengan harga jual, customer-based value didefinisikan sebagai harga maksimal yang ingin dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan layanan jasa yang diinginkan. Dengan mengetahui besarnya WTP (Willingness To Pay) yang diharapkan konsumen, maka potensi manfaat dapat dibangun melalui kemampuan perusahaan untuk memberikan harga jual yang sesuai dengan keinginan konsumen, walaupun transaksi jual beli belum terjadi dan manfaat nyata produk dan jasa belum dapat dirasakan secara langsung. Proses perancangan strategi harga jual jasa profesional SI/TI berdasarkan customer-based value menggunakan teori WTP (Willingness To Pay) untuk mengetahui keinginan konsumen dalam membeli sebagai value yang mereka harapkan, tabel manfaat bisnis SI/TI generik untuk mengidentifikasi manfaat layanan jasa, dan teori price-led costing untuk mengetahui target biaya dan membandingkannya dengan estimasi biaya sesungguhnya.

Dalam penelitian berhasil diidentifikasi 12 (dua belas) manfaat jasa sebagai produk ekonomi yang memiliki daya jual yang tinggi menggunakan tabel manfaat bisnis SI/TI generik yang diperoleh dari pemetaan faktor-faktor yang mempengaruhi WTP konsumen. Manfaat jasa ini dijadikan sebagai daftar manfaat secara umum (default value) yang akan diterima oleh konsumen karena membeli layanan jasa profesional SI/TI dari perusahaan walaupun belum diketahui secara rinci jenis layanannya. Proses perancangan harga jual jasa profesional SI/TI berdasarkan customer-based value akan dirangkum ke dalam flow chart yang menunjukkan 8 (delapan) langkah yang memudahkan perusahaan dalam mengimplementasikannya secara nyata.

Pricing Strategy is an important element for company in the process of getting the maximum profit, price includes IS/IT professional service. In current customer-centric era, a new approach is needed in pricing strategy design, which is outside-in, refers to how close perceive of value that the customer will receive and how conformity of the value to the customer's willingness to pay. Related with pricing, customer-based value is defined as the maximum price paid by customers who want to get the desired services. By knowing the amount of customer willingness to pay, then the sense of the benefits can be built through the company's ability to provide the pricing in accordance with the wishes of consumers, although the transaction has not yet occurred and the real benefits of products and services can not be perceived

directly.

The process of pricing strategy for IS/IT professional services with customer-based value is using WTP (Willingness To Pay) theory to determine the customer's desire to buy as their expected value, table's generic IS/IT business value to identify the benefits of services, and price-led costing theory for knowing the target cost and comparing with estimated actual cost.

In this study, successfully identified 12 (twelve) economic benefits of professional services that has a high selling power from the mapping WTP's factors to the table's generic IS/IT business value. This value of professional services will be served as a default value which will be received by customer for buying IS/IT professional services from the company although not known in detail of the service. The process of pricing strategy for IS/IT professional services with customer-based value will be summarized into a flow chart that shows the eight (8) steps that facilitate the company in implementing practically.