

## ABSTRAKSI

Perusahaan dalam menetapkan harga suatu produk tidak hanya mengumpulkan informasi dan analisis kuantitatif untuk mengungkap kisaran harga yang menghasilkan profit tinggi bagi perusahaan, namun juga membutuhkan pendekatan rasional untuk menetapkan harga yang didasarkan pada realitas lingkungan pasar, termasuk isu-isu persaingan dan preferensi konsumen. Kompleksnya proses penetapan harga produk, terlebih pada kasus produk yang memerlukan perubahan skenario harga (*price plan*) secara berkala, seperti produk dengan struktur *bundling*, atau *add-ons*, dapat dipermudah dengan proses riset melalui media online dalam bentuk suatu aplikasi. Dengan penggunaan layanan online dalam suatu aplikasi, proses riset pemasaran untuk menetapkan harga dari mulai membuat kuisisioner, melakukan survei, menganalisis dan menginterpretasi data sampai didapatkan *price plan* potensial dapat dilakukan dengan lebih mudah dibandingkan dengan metode penelitian dengan perhitungan konvensional.

Sistem aplikasi *price plan* online merupakan suatu sistem aplikasi yang dapat membantu perusahaan menentukan harga produknya berdasarkan preferensi konsumen. Analisis dan desain sistem aplikasi *price plan* online yang dibuat adalah analisis dan desain sistem aplikasi *pricing research* dengan menggunakan metode *choice based conjoint analysis* sebagai metodologi pendekatan penentuan harga berdasarkan preferensi konsumen. Fungsi-fungsi yang dapat dikembangkan pada sistem aplikasi *price plan online* meliputi: pengelolaan akun (*manage account*), pembuatan kuisisioner atau *task* survei (*create questionnaire*), pelaksanaan survei secara online (*online survei*), perhitungan analisis dan pengujian data (*data analysis*), pembuatan konsep produk dan simulasi dalam skenario (*price plan simulation*), dan perhitungan analisis sensitifitas profit (*price sensitivity analysis*).

Kata kunci: Harga, *Choice-Based Conjoint Analysis*, *Price Plan*, Analisis dan Desain Sistem, *Pricing Research*