ABSTRAKSI

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, bidang telekomunikasi juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan.*Mobile phone* adalah alat komunikasi yang menjadi kebutuhan primer pada saat ini. Hal itu tidak terlepas dari banyaknya operator baru yang bermunculan, baik operator CDMA maupun GSM. Salah satu operator GSM yang memiliki lisensi GSM, yaitu XL. PT EXCELCOMINDO PRATAMA Tbk. (XL) memperoleh alokasi spektrum *Global System for Mobile Communications* (GSM) 900 dari pemerintah Indonesia pada September 1995, dan memulai beroperasi secara komersial pada Oktober 1996 untuk memberikan layanan seluler GSM pada jalur GSM 900 dan GSM 1800.

Masyarakat saat ini menjadi semakin selektif dalam memilih operator telekomunikasi. Mereka langsung berpaling apabila produk yang mereka gunakan ternyata memberikan tarif yang mahal dan tidak sesuai dengan kualitas layanan yang telah diberikan oleh operator tersebut. *Value based pricing* merupakan salah satu metoda yang digunakan untuk menentukan suatu besaran tarif. Melalui metoda ini akan diusulkannya besaran tarif XL Prabayar. Penentuan besaran tarif ini akan mempertimbangkan atas *benefit* yang telah mereka terima dengan *price* yang telah mereka keluarkan, yang digambarkan pada *customer value map*, dan mempertimbangkan atas *customer willingness to pay*, serta regulasi pemerintah juga tujuan perusahaan.

Posisi XL Prabayar pada *customer value map* bila dibandingkan operator kompetitor (IM3), berada pada *disadvantage area*. Artinya bahwa *benefit* yang diterima oleh konsumen, tidak sebanding dengan *price* yang telah mereka keluarkan. Untuk mengetahui komponen tarif apa saja yang menurut konsumen menjadi prioritas digunakannya *Matrix Klein Grid*. Dan berdasarkan *customer willingness to pay*, akan diketahui kemauan bayar konsumen untuk tiap-tiap variabel-variabel yang terdapat dalam atribut tarif.

Kata kunci : *customer's value map*, *customer willingness to pay*, prabayar, besaran tarif, tarif.