

ABSTRAK

Meningkatnya perkembangan bisnis *money remittance* di Indonesia membuat terjadinya persaingan yang ketat diantara beberapa perusahaan penyedia jasa layanan tersebut. Salah satunya merupakan PT. Telkom dengan produk Delima. Di dalam pasar bisnis *money remittance* yang ketat ini, PT. Pos Indonesia dan Western Union muncul sebagai merek yang mampu mendominasi kegiatan aktivitas *remittance* di tanah air. Sebagai produk baru, agar mampu bersaing, PT. Telkom harus mengetahui persepsi pelanggan dari produk Delima, serta perbandingan dengan merek-merek sejenis untuk mengetahui apakah terjadi perbedaan antara strategi *positioning* perusahaan dengan gambaran produk yang ada dalam benak pelanggan

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan peta persaingan serta *positioning* merek-merek penyedia jasa layanan *money remittance* berdasarkan atribut-atribut yang diperoleh berdasarkan persepsi dan preferensi pelanggan.

Dari hasil identifikasi atribut didapat sebanyak 39 atribut kebutuhan, yang selanjutnya di faktorkan menjadi 8 atribut yang merupakan kumpulan dari beberapa atribut kebutuhan. Kedelapan atribut itu adalah Pelayanan & *Customer Service*; Kemudahan Registrasi dan Transaksi; Kecepatan Layanan; Tarif & Promosi; *Feature*, Teknologi, & Realibilitas Merek; Jangkauan Layanan; Keamanan; *Brand Effect*. Atribut-atribut tersebut berpengaruh dalam analisis data persepsi dan preferensi pelanggan yang menghasilkan *perceptual map*. *Perceptual map* hasil analisis data persepsi pelanggan menggambarkan posisi masing-masing merek dalam suatu peta spasial dimana dapat mendeskripsikan dengan jelas peta persaingan antar merek-merek tersebut. *Perceptual map* juga menggambarkan atribut-atribut mana saja yang menjadi keunggulan suatu merek berdasarkan data preferensi pelanggan

Hasil dari pengolahan data menunjukkan bahwa Delima dipersepsikan memiliki kemiripan dengan Wesel pos dari PT. Pos Indonesia dan Delima dipreferensikan lebih baik pada atribut Kemudahan Registrasi dan Transaksi. Dengan hasil ini, terjadi perbedaan dengan atribut *existing* yang merupakan keunggulan Delima yaitu Cepat, Handal, Terpercaya, Jangkauan Layanan. Oleh karena itu PT. Telkom perlu mengkaji atribut-atribut apa saja yang perlu ditingkatkan kualitas pelayanannya dan atribut apa saja yang dipertahankan menjadi keunggulan untuk mampu bersaing di bisnis *money remittance*

Kata kunci : *perceptual map*, *positioning*, *multidimensional scaling*. persepsi, preferensi, *money remittance*