EMEN

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI SEGMENTASI BERDASARKAN PERILAKU KONSUMEN PADA BIMBINGAN BELAJAR SONY SUGEMA COLLEGE (SSC) CABANG BASUKI RAHMAT

Diajukan Oleh :
FIRMANSYAH
01013110040

207
1/1

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2008

S
658.834207
Fir
a
2008.

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
UPT
PERPUSTAKAAN

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI SEGMENTASI BERDASARKAN PERILAKU KONSUMEN PADA BIMBINGAN BELAJAR SONY SUGEMA COLLEGE (SSC) CABANG BASUKI RAHMAT

R 16850
1 17232

Diajukan Oleh :

FIRMANSYAH

01013110040

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2008

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : Firmansyah

NIM : 01013110040

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik di lingkungan Universitas Sriwijaya maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing Skripsi dan pengolahan dat yang ditentukan oleh Program Studi Strata 1 Universitas Sriwijaya.
3. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali yang secara jelas dicantumkan sebagai referensi dengan menyebutkan nama pengarang sebagaimana tercantum sebagaimana tercantum dalam kutipan dari daftar kepustakaan.
4. Pernyatan ini saya buat dengan sebenarnya dan bila dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan , maka saya telah bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan aturanyang berlaku di Universitas Sriwijaya.

Palembang, 29 April 2008

FIRMANSYAH

NIM.01013110040ss

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA	: FIRMANSYAH
NIM	: 01013110040
JURUSAN	: MANAJEMEN
MATA KULIAH	: MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL	: ANALISIS STRATEGI SEGMENTASI BERDASARKAN PERILAKU KONSUMEN PADA BIMBINGAN BELAJAR SONY SUGEMA COLLEGE (SSC) CABANG BASUKI RAHMAT

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PERSETUJUAN		DOSEN PEMBIMBING	
Tanggal	01 Mei 2008	Ketua :	Drs. Yuliansyah M. Diah, MM
Tanggal	02 Mei 2008	Anggota :	Drs. H. Dian Eka, MM

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA	: FIRMANSYAH
NIM	: 01013110040
JURUSAN	: MANAJEMEN
MATA KULIAH	: MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI	: ANALISIS STRATEGI SEGMENTASI BERDASARKAN PERILAKU KONSUMEN PADA BIMBINGAN BELAJAR SONY SUGEMA COLLEGE (SSC) CABANG BASUKI RAHMAT

Telah diuji di depan panitia ujian komprehensif pada tanggal 12 Mei 2008 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 12 Mei 2008

Ketua,	Anggota,	Anggota,
Drs Yuliansyah M. Diah, MM	Drs. H. Dian Eka, MM	Dra. Hj. Rusmiyati Sofyan
NIP. 131 474 902	NIP. 131 885 906	NIP. 131 271 085

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Yuliansyah M. Diah, MM
NIP. 131 474 902

Motto :

- *"Sabar itu ibu dari segala akhlak" (Nabi Muhammad SAW)*
- *Perbedaan antara kesuksesan dan kegagalan itu terletak pada sikap terhadap setback (kemunduran), rintangan, hal-hal yang mengecilkan hati, dan situasi-situasi lain yang mengecewakan (Dr.D.J.Schwartz)*
- *Mulailah dari hal-hal yang kecil....Mulailah dari diri sendiri...Mulailah dari sekarang (Abdullah Gymnastiar)*

Kupersembahkan kepada :

- *Ibunda tercinta*
- *Kakak2 & Adik2ku*
- *Teman-temanku yang baik*
- *Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T, karena dengan izinNya jualah penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.Penulisan skripsi ini mengambil judul **Analisis Strategi Segmentasi Berdasarkan Perilaku Konsumen pada Bimbingan Belajar Sony Sugema College (SSC) Cabang Basuki Rahmat.**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui alternatif penerapan strategi segmentasi yang dapat diterapkan pada bimbingan belajar Sony Sugema College Cabang Basuki Rahmat dan untuk mengetahui usaha yang dapat dilakukan untuk menerapkan strategi segmentasi tersebut serta mendapatkan gambaran yang jelas mengenai strategi segmentasi menurut teori-teori yang terdapat dalam buku-buku literatur ditambah dengan yang diperoleh penulis selama dalam perkuliahan

Penulis menyadari benar bahwasannya masih banyak kesalahan-kesalahan dan kekurangan-kekurangan dalam penulisan ini, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca guna mendukung penulisan-penulisan penulis yang akan datang. Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekalian.

Palembang, 2 Mei 2008

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat dalam mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomo Universitas Sriwijaya.

Pada saat melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. DR. Syamsurizal AK. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
2. Drs. Yuliansyah M. Diah selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Drs. Kosasih M.Zen selaku Wakil Ketua Jurusan Manajemen.
4. Dra. Suharti Karim selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Drs. Yuliansyah. M. Diah selaku Dosen Pembimbing I Skripsi.
6. Drs. Dian Eka, MM selaku Dosen Pembimbing II Skripsi.
7. Seluruh Dosen beserta Asisten Dosen yang telah memberikan ilmunya selama di perkuliahan.
8. Seluruh Staff Tata Usaha dan Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
9. Pimpinan dan seluruh karyawan SSC Cabang Basuki Rahmat, terima kasih untuk datanya.
10. Ibundaku tercinta, Makbuliah, atas dorongan dan doa serta kasih sayang yang telah diberikan selama ini.
11. Saudara-saudariku (Marwiyah, zuairiyah, Fathur Rahman, Fahmi Hidayat, Ahmad Feriansyah, Ria Anggraini, dan Ferdi Azrian). Terima kasih juga untuk dorongan dan doanya. ☺ ☺

12. Teman-temanku: Bung Anton [Thanks ojekannya ☺], Crist+Feliciano [Jgn lupo b klo sdh sukses, aq ado bukti otentik klo qt pernah bkawan☺] [Dayat, Kojal, Ninggo, Riko n Zoudi (Kapan superliga qt gelar lagi??)]Ustadz Dafi [Tx nasihat-nasihatnya], Dedi Kosmen [Jangan ragu-ragu untuk tetap bergabung bersama kami, kami ni SPMB jugo.ha... ☺], Edo [Guru besar FS ☺], Emon [Tx banyak atas bantuannya], Kak Iyo [Pria paling seksi ☺], Jronk-q[Dak galak nian lagi kykx gabung samo mahasiswa.he..], Bung Obay [selamat menempuh hidup baru☺], Bung Oyi [Luar Biasa...!Full of spirit..], punk[Master of download!!!], Rajes [Teruslah perbaiki gizi anak asrama☺], Bung Riki [Lajukelah budak itu.hehe..], Septa [Kpn begadang bareng lagi?], Udinho [Kegantenganmu akan selalu kuingat.he..], Wira [Suatu saat, aq pasti akan merindukan motivasi2 darimu☺], Bung Yudi [Kpn qt nge Add bareng??☺], Yus Gant [Undang2 b klo mw married dengan budak beruntung itu☺☺]..Tidak mungkin bagiku menyebutkan satu persatu seluruhnya..sorry nian bagi yang lupo disebutin☺☺☺]
13. Atri, Anna, Dely, Liza, Gyta Adea..Ditunggu reuniannya!! Disa, I Miss You!!haha...
14. Dan akhirnya kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas, yang tidak bisa disebutkan satu persatu, saya sampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Palembang, 29 april 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI	ix
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Metode Penelitian	7
1.5.1. Rancangan Penelitian	7
1.5.2. Lokasi Penelitian	7
1.5.3. Populasi dan Sampel	7
1.5.4. Data dan Metode Pengumpulan Data	8
1.5.4.1. Data yang digunakan	8

UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
NO. DAFTAR : 080518
TANGGAL : 03 JUN 2008

1.5.4.2. Metode Pengumpulan Data..... 8

1.5.5. Metode Analisis Data..... 9

1.5.5.1. Analisis Kuantitatif..... 9

1.5.5.2. Analisis Kualitatif 10

1.6. Sistematika Pembahasan..... 15

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Pemasaran 12

2.2. Jasa 14

2.3. Jasa Pendidikan 17

2.4. Segmentasi pasar.....

241. Pengertian Segmentasi Pasar..... 18

2.4.2. Tahapan Segmentasi Pasar 21

2.4.3. Pendekatan-Pendekatan dalam Segmentasi Pasar 23

2.4.4. Pola Segmentasi Pasar 25

2.4.5. Alternatif-Alternatif dalam Penerapan Segmentasi 27

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. Sejarah Singkat Perusahaan 30

3.2. Struktur Organisasi..... 33

3.3. Uraian Tugas 35

3.4. Program yang ditawarkan 38

3.5. Karakteristik dan Fasilitas yang ditawarkan..... 39

3.6. Jadwal Kegiatan Belajar 40

3.7. Stategi Segmentasi Perusahaan..... 43

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Reliabilitas 44

4.2. Analisis Frekuensi 45

4.2.1. Karakteristik Responden 45

4.2.2. Perilaku Responden 47

4.2.3. Persepsi Responden 50

4.3. Analisis Deskriptif 52

4.4. Analisis Manfaat yang dicari Konsumen 53

4.4.1. Analisis KMO (Kaiser Meyer Olkin) 54

4.4.2. Rotated Componen Matrix 56

4.5. Analisis Alternatif dalam Penerapan Strategi Segmentasi 59

4.6. Usaha-Usaha dalam Penerapan Strategi Segmentasi 61

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan 63

5.2. Saran 64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Daftar Bimbingan Belajar MIPA dan IPS di Kota Palembang Tahun 2007	3
1.2	Jumlah Siswa SSC Cabang Basuki Rahmat Tahun 2003-2007	4
3.1	Struktur Program Bimbingan SSC Cabang Basuki Rahmat ...	39
3.2	Daftar Biaya Bimbingan Per Semester Program Persiapan Ujian Blok, Ulangan Harian, dan UAS Bimbingan Belajar SSC Cabang Basuki Rahmat	41
3.3	Daftar Biaya Bimbingan Program Persiapan ujian Semester, UNAS, UM UGM dan SPMB Bimbingan Belajar SSC Cabang Basuki Rahmat	42
3.4	Jumlah Siswa SSC Cabang Basuki Rahmat Tahun 2003-2007	42
3.5	Jumlah Karyawan SSC Cabang Basuki Rahmat Tahun 2007 .	43
4.1	Case Processing Summary	44
4.2	Reliability Statistic	44
4.3	Jenis Kelamin	45
4.4	Pendidikan Responden	46
4.5	Usia Responden	46
4.6	Lama Menjadi Siswa	47
4.7	Informasi Awal	48
4.8	Siapa yang Menentukan Memilih SSC	48
4.9	Pernahkah Mengikuti Kursus di Tempat Lain	49
4.10	Tujuan Mengikuti Bimbel	50

4.11 Kesesuaian Materi dengan Kebutuhan Siswa 51

4.12 Kesesuaian Biaya Bimbel dengan Hasil yang didapat 51

4.13 Lokasi Bimbel 52

4.14 Deskriptive Statistics 53

4.15 KMO and Barlett's Test..... 54

4.16 Anti Image Matrices dari Hasil Faktor Analisis 55

4.17 Matriks dari Hasil Faktor Analisis Rotated Componen Matriks 56

4.18 Total Variance Explained 57

Daftar Gambar

Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Karakteristik Jasa	16
2.2	Segmentasi pasar	23
2.3	Pola Dasar Preferensi Pasar	25
2.4	Pemasaran Tanpa Pembedaan	28
2.5	Pemasaran dengan Pembedaan	28
2.6	Pemasaran Terkonsentrasi	28
3.1	Susunan Struktur Organisasi LBB SSC Cabang Basuki Rahmat	35
4.19	Pemasaran Dengan Pembedaan	60

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi dan perdagangan bebas sekarang ini, jutaan orang terlibat dalam kegiatan bisnis dengan berbagai bidang yang bersifat komersial seperti transportasi, usaha finansial, usaha perdagangan besar dan kecil, pabrik/manufaktur, maupun jasa.

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik (Kotler, 2000: 486)

Dibidang jasa, dewasa ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal ini dapat dilihat dari banyak bermunculannya berbagai sektor jasa dengan berbagai merk dan kelebihan yang mereka tawarkan. Dari sekian banyak merk yang ditawarkan, ada yang dapat bertahan bahkan mengembangkan usaha mereka,tetapi ada juga yang gagal bertahan dan menghentikan kegiatannya.

Mengapa dari berbagai merk yang muncul tersebut ada yang gagal bertahan untuk meneruskan usahanya? Kesalahan segmentasi mungkin merupakan salah satu penyebab kegagalan usaha tersebut.

Dalam pemasaran *modern*, perusahaan terlebih dahulu harus mengenali pelanggannya yang terdiri dari bermacam-macam karakteristik *(heterogen)*. Dengan adanya perbedaan karakteristik yang dimiliki pelanggan maka strategi yang diterapkan untuk memberi kepuasan kepada setiap pelanggan juga berbeda.

Perusahaan harus mengelompokkan pelanggannya yang terdiri dari karakteristik yang bersifat heterogen menjadi kelompok-kelompok yang terdiri dari karakteristik yang sama atau hampir sama (*homogen)*.

Membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan menurut kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda disebut segmentasi pasar. (Lupiyoadi, 2001: 35).

Tujuannya adalah: (Lupiyoadi, 2001: 39)

- ✓ Semakin majunya kehidupan manusia, semakin heterogen masyarakat, semakin beragam kebutuhan dan selera masyarakat. Dan tidak mungkin ada satu produk dapat memuaskan secara tepat seluruh kebutuhan masyarakat.
- ✓ Semakin maju perekonomian, akan semakin banyak kompetitor yang harus dihadapi oleh perusahaan. Segmentasi akan mencagah perusahaan membuang-buang sumberdayanya di tempat yang tidak tepat. Segmentasi akan membantu perusahaan untuk menyimpan sumber dayanya secara tepat ditempat yang tepat.
- ✓ Segmentasi akan membantu perusahaan untuk meraih keuntungan kompetitif terhadap saingannya melalui diferensiasi produk.
- ✓ Sebuah produk mungkin tidak dapat memuaskan semua golongan masyarakat, tetapi mungkin dapat memuaskan satu golongan masyarakat yang homogen. Dan segmentasi akan membantu perusahaan menemukan segmen-segmen yang dapat dilayani secara maksimal oleh masyarakat.

Salah satu sektor jasa yang besar peranannya terhadap pembangunan sekarang ini adalah sektor pendidikan karena selain dapat membentuk manusia yang berkualitas, dari sisi ekonomi, bidang pendidikan juga memberika kontribusi dari segi income maupun dari segi kemampuannya menyerap tenaga kerja.

SSC (Sony Sugema College) merupakan salah satu lembaga bimbingan belajar yang bergerak di sektor pendidikan non-formal yang berorientasi pada pelayanan pendidikan sekaligus berorientasi pada profit. Sebagai lembaga pendidikan yang berorientasi profit, berarti SSC harus menerapkan konsep-konsep pemasaran dalam bisnisnya. Hal ini penting dilakukan melihat beratnya persaingan di bidang ini yang dapat dilihat dari banyaknya pesaing di bidang yang sama.

Tabel 1.1
Daftar Bimbingan Belajar MIPA dan IPS
Di Kota Palembang tahun 2007

NO	NAMA LEMBAGA	LOKASI
1	SSC	Jl. Basuki Rahmat
2	GSC	Jl. Kol Atmo
3	Matriks	Jl. R. Sukamto
4	Universe	Jl. Kol. Atmo
5	Alfa Omega	Jl. Musi Raya Timur
6	Ganesha Operation	Jl. Ahmad Dahlan
7	Ganesha Operation	Jl. Jend. Sudirman
8	Bina Ilmi	Jl. Jend. Sudirman
9	Bima	Jl. Jend. Sudirman
10	Medica	Jl. Jend. Sudirman
11	Primagama	Jl. Jend. Sudirman
12	Teknos	Jl. Jend. Sudirman
13	Gilland Ganesha	Jl. Jend. Sudirman
14	Nurul Fikri	Jl. Jend. Sudirman
15	Nurul Fikri	Jl. RE. Martadinata
16	Nurul Fikri	Jl. Srijaya Negara

Sumber : Hasil Pengamatan Penulis di Lapangan

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa banyak lembaga yang menawarkan jasa bimbingan belajar kepada konsumen. Melihat banyaknya pesaing yang bergerak dalam bidang yang sama, SSC harus memiliki strategi yang tepat sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut. SSC tidak dapat lagi menggunakan *Undifferentiated Strategi Marketing* yaitu " Suatu pendekatan

dimana tidak ada pembagian khusus atau segmen tertentu didalam pasar". (Lupiyoadi, 2001: 34) karena dalam pemasaran modern, pendekatan tersebut sangat diragukan untuk dapat memuaskan konsumen secara maksimal.

Berikut ini disajikan tabel jumlah siswa per tahun dan jumlah kelas SSC cabang Basuki Rahmat.

Tabel 1.2
Jumlah Siswa SSC Cabang Basuki Rahmat
Tahun 2003-2007

Tahun	Jumlah siswa per tahun	% peningkatan dan penurunan
2003	108	_
2004	60	80 (-)
2005	73	21,6 (+)
2006	110	50,6 (+)
2007	79	39,2 (-)

Sumber : Lembaga Bimbingan belajar SSC Cabang Basuki Rahmat

Jika dilihat perkembangan SSC dari tahun ke tahun berdasarkan jumlah siswa yang diterima sering mengalami penurunan penurunan. Walaupun pernah mengalami Peningkatan, namun turun lagi pada tahun 2007 sebesar 39,2 %, penurunan yang lumayan besar dan tidak sesuai dengan target SSC.

Tidak tercapainya target yang diharapkan kemungkinan karena SSC masih menggunakan *Undifferentiated Strategi Marketing* yaitu tidak adanya pembagian yang khusus atau segmen tertentu di dalam pasar (tidak ada segmentasi atau melayani semua konsumen). Sementara seperti yang telah diuraikan di atas bahwa dalam kondisi persaingan yang sangat ketat saat ini strategi tersebut tidak efektif lagi dalam memuaskan masyarakat sebagai konsumen atas jasa yang ditawarkan.

Salah satu cara yang dapat digunakan dalam melakukan proses segmentasi adalah dengan pengelompokan konsumen. Dengan mengelompokkan konsumen berarti perusahaan telah membagi-bagi pelanggan yang terdiri dari Bermacam-macam karakteristik *(heterogen)* menjadi kelompok- kelompok yang terdiri dari karakteristik yang sama atau hampir sama *(homogen)*. Dengan menerapkan strategi segmentasi maka perusahaan akan lebih jelas dalam menentukan target pemasaran perusahaan.

Melihat sangat pentingnya penerapan strategi segmentasi pada Lembaga Pendidikan Bimbingan belajar SSC untuk menghadapi para pesaingnya yang ada saat ini maupun yang akan datang sekaligus memenangkan persaingan ketat tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti strategi Segmentasi yang digunakan dengan judul:

"ANALISIS STRATEGI SEGMENTASI BERDASARKAN PRILAKU KONSUMEN PADA BIMBINGAN BELAJAR SONY SUGEMA COLLEGE (SSC) CABANG BASUKI RAHMAT"

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalah yang akan menjadi fokus bagi penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Alternatif apa dalam penerapan strategi segmentasi yang dapat diterapkan pada Lembaga Bimbingan Belajar SSC untuk meningkatkan volume pelayanan serta target yang diharapkan?
2. Usaha apa saja yang dapat dilakukan oleh Lembaga Bimbingan Belajar SSC untuk menerapkan strategi segmentasi tersebut?

1.3. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui alternative penerapan strategi segmentasi yang dapat diterapkan pada Lembaga Pendidikan Lembaga Bimbingan Belajar SSC untuk meningkatkan volume pelayanan serta target yang diharapkan.
2. Untuk mengetahui usaha yang dapat dilakukan oleh Lembaga Pendidikan Bimbingan Belajar SSC untuk menerapkan strategi segmentasi tersebut.

1.4. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan ini diharapkan memberi manfaat antara lain:

1. Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi organisasi dalam menentukan kebijaksanaan pemasaran di masa yang akan datang khususnya dalam Strategi Segmentasi untuk pencapaian tujuan perusahaan
2. Dapat menambah pengetahuan bagi pembaca dan dapat dijadikan bahan kepustakaan.
3. Sebagai dasar dalam penelitian lanjutan bagi peneliti lain yang berkepentingan.
4. Menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam melakukan penelitian.

1.5. Metode Penelitian

1.5.1. Rancangan Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini penelitian yang dilakukan penulis bersifat deskriptif, dimana dalam hal ini penulis mencoba untuk menggambarkan permasalahan yang dihadapi oleh Lembaga Pendidikan Bimbingan Belajar SSC. Untuk itu peneliti memberikan batasan terhadap masalah yang akan dibahas yaitu hanya masalah analisis strategi segmentasi berdasarkan pengelompokan konsumen.

1.5.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Lembaga Pendidikan Bimbingan Belajar SSC yang beralamat di Jl. Basuki Rahmat No. 2069 C.

1.5.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah para siswa yang yang masih mengikuti kegiatan belajar mengajar di Lembaga Pendidikan Bimbingan Belajar SSC cabang Basuki Rahmat

b. Sampel

karena jumlah siswanya sedikit maka pengambilan sampelnya dengan sensus di mana seluruh populasi diambil sebagai sample yaitu 79 orang, semuanya merupakan siswa yang masih mengikuti kegiatan belajar mengajar di Lembaga Pendidikan Bahasa SSC cabang Basuki Rahmat.

1.5.4. Data dan Metode Pengumpulan Data

1.5.4.1. Data yang digunakan

data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari objek atau sumbernya dan data tersebut belum pernah diolah oleh pihak lain. Pengumpulan data sesuai dengan tujuan penelitian dan masalah yang dihadapi oleh peneliti. Data ini diperoleh dengan cara mengadakan survei langsung pada objek penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah pernah diperoleh atau diolah oleh pihak lain, serta dikumpulkan dengan tujuan lain dari masalah yang berbeda.

Data ini meliputi buku, laporan, literatur yang berkenaan dengan masalah pemasaran perusahaan baik yang diperoleh langsung dari perusahaan bersangkutan maupun dari kegiatan studi pustaka. o

1.5.4.2. Metode Pengumpulan Data

adapun metode Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Study Kepustakaan (library research)

   Data diperoleh dengan cara pengumpulan data dari buku-buku dan informasi yang berkaitan dengan judul dan pokok permasalahan yang diteliti.

2. Study Lapangan (Field Research)

   Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara:

a. Kuesioner

Yaitu dengan cara membagikan angket kepada para responden, dalam hal ini siswa SSC cabang Basuki Rahmat. Angket ini berisi pertanyaan tertutup yang akan menggambarkan manfaat yang diinginkan oleh para siswa SSC. Dengan menggunakan skala *Semantic Differential* dengan skala 1- 6, dimana :

(1) Sangat Tidak Baik (4) Cukup Baik

(2) Tidak Baik dan (5) Baik,

(3) Kurang Baik (6) Sangat Baik.

b. Interview (Wawancara)

Yaitu mengadakan wawancara secara terstruktur terhadap para staf dan siswa-siswa yang ada di Lembaga Bimbingan Belajar SSC cabang Basuki Rahmat

c. Observasi

Yaitu mengadakan pengamatan dan pencatatan langsung pada objek penelitian yang ada di Lembaga Pendidikan Bimbingan Belajar SSC cabang Basuki Rahmat.

1.5.5. Metode Analisis Data

1.5.5.1. Analisis Kuantitatif

Adapun metode analisis kuantitatif yang digunakan adalah *Analisis Cluster*. Analisis Cluster pada prinsipnya digunakan untuk mereduksi data, yaitu proses untuk meringkas sejumlah variabel menjadi lebih sedikit dan menamakannya sebagai cluster.Dalam penelitian ini jenis cluster yang dipakai adalah K-MEANS CLUSTER yang berupaya mengelompokkan responden berdasar kemiripan yang ada pada (persepsi) mereka.

Alat bantu yang digunakan untuk mengolah data hasil dari kuesioner yang telah disebar ke para siswa SSC adalah dengan menggunakan aplikasi statistik SPSS (*Statistical Package for Social Science*) for Windows Versi 15.00.

1.5.5.2. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis terhadap data hasil kategorisasi (pemberian kode) untuk isi data yang berupa kata. Hasil analisa kualitatif disajikan dalam bentuk uraian atau keterangan serta penjelasan yang dibahas secara teoritis.

1.6. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini ditulis dalam 5 bab dan masing-masing bab terbagi dalam sub-sub bab secara sistematis dengan susunan sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan yang menguraikan tentang :

Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metodologi Penelitian serta Sistematika Penulisan.

Bab II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan berbagai teori yang berhubungan dengan masalah yang dibahas, antara lain konsep pemasaran, karakteristik jasa, pengertian segmentasi pasar, pendekatan-pendekatan dalam segmentasi pasar, pola segmentasi pasar, alternatif-alternatif dalam penerapan segmentasi, dll.

Bab III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menyajikan gambaran secara umum mengenai perusahaan objek penelitian. Bab ini menguraikan mengenai sejarah pendirian perusahaan, stuktur organisasi, pembagian tugas dan tanggung jawab, proses penyusunan program kerja, aktivitas organisasi, serta segmentasi yang dipakai oleh perusahaan.

Bab IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menyajikan analisis dari variabel-variabel dengan menggunakan teknik analisis yang dipakai dan pembahasan terhadap masalah yang dihadapi oleh Lembaga bimbingan belajar SSC cabang Basuki Rahmat.

Bab V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian yang memuat beberapa kesimpulan yang ditarik dari hasil analisa pada bab-bab sebelumnya. Selanjutnya dimuat saran-saran yang diharapkan berguna bagi perbaikan kebijakan strategi bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari.2005. *Manajemen pemasaran & Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: CV. ALFABETA.

Alma, Buchari.1998. *Pengantar Bisnis*. Edisi Revisi. Bandung: CV.ALFABETA.

http://dickyelnanda.wordpress.com/2008/04/19/*pengambilan-sampling*

http://sonysugemagroup.blogspot.com

http://unpar.ac.id/~hasan/*sampling.doc*

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jiid 1. Jakarta: PT. Indeks

Kotler, Philip.2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Depok: Salemba Empat.

Puji Winah Jurini, Kristanti. 2003. *Menetapkan Segmentasi Pasar*. Jakarta. Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan Departemen Pendidikan Nasional.

Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran*.. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Robbins, Stephen P. 2001. *Perilaku Organisasa, Analisis*. Edisi kedelapan jilid 1. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Santoso, Singih, dan Fandy Tjiptono. 2002. Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran, Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Swastha Dh, Basu. 2001. *Manajemen Penjualan*. Edisi ketiga. Yogyakarta: BPFE