ANALISIS SEGMENTASI PASAR DOMESTIK SIGMA FURNITURE PADA PT. DWIPAPURI ASRI JL. SOEKARNO-HATTA NO.785A BANDUNG 40294

PERPUSTAKAAN UNIKOM BANDUNG

TUGAS AKHIR

PROGRAM DIPLOMA – III

JURUSAN : MANAJEMEN PEMASARAN

Oleh:

NIA ARKANDINA

NIM : 32397008

INDONESIAN GERMANY INSTITUTE

BANDUNG

2000

ANALISIS SEGMENTASI PASAR DOMESTIK SIGMA FURNITURE PADA PT. DWIPAPURI ASRI JL. SOEKARNO-HATTA NO. 785 A BANDUNG 40294

TUGAS AKHIR

· PROGRAM DIPLOMA - III

JURUSAN : MANAJEMEN PEMASARAN

Oleh:

NIA ARKANDINA

NIM : 32397008

Pembimbing

(Ahmad Iskandar Z., SE., MM.)

Mengetahui/Menyetujui :

Direktur Utama IGI	Ketua Jurusan
(Ir. Eddy Suryanto Soegoto, M. Sc.)	(Ahmad Iskandar Z., SE., MM.)

Lembar Pengesahan

ANALISIS SEGMENTASI PASAR DOMESTIK SIGMA FURNITURE PADA PT. DWIPAPURI ASRI JL. SOEKARNO-HATTA NO.785 A BANDUNG 40294

Tugas Akhir

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Menempuh Ujian Sidang Program D-III

Jurusan Manajemen Pemasaran

Oleh :

NIA ARKANDINA

NIM : 32397008

Bandung, 15 September 2000

Mengetahui/Menyetujui:

Pembimbing	PT. Dwipapuri Asri - Bandung
(Ahmad Iskandar Z., SE., MM.)	PT Dwipapuri Asri (Adikusuma Prasetya)

JURUSAN : MANAJEMEN PEMASARAN

INDONESIAN GERMANY INSTITUTE

BANDUNG

TANDA PELAKSANAAN SIDANG

Nama Mahasiswa	:	Nia Arkandina
Nomor Induk Mahasiswa	:	32397008
Judul Tugas Akhir	:	Analisis Segmentasi Pasar Domestik Sigma Furniture Pada Pt. Dwipapuri Asri Jl. Soekarno-Hatta No.785 A Bandung 40294
Jumlah Halaman	:	78 halaman + Lampiran
Yudisium	:	" A "

Dosen Penguji-1

(Ahmad Iskandar Z., SE., MBA)

Dosen Penguji-2

(Drs. Yusman Bachrunsyah, MM., MBA)

Dosen Penguji-3

(Trustorini Handayani SE.)

"Dan Kami perintahkan kepada manusia (berbuat baik) kepada dua orang ibu bapaknya; ibunya telah mengandungnya dalam keadaan lemah yang bertambah-tambah dan menyapihnya dalam dua tahun. Bersyukurlah kepada-Ku dan kepada dua orang ibu bapakmu, hanya kepadaKulah kembalimu".

(QS-LUQMAN : 14)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan petunjuk-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, yang berjudul " ANALISIS SEGMENTASI PASAR DOMESTIK SIGMA FURNITURE PADA PT. DWIPAPURI ASRI JL. SOEKARNO HATTA NO. 785 A BANDUNG 40294 INDONESIA " sebagai salah satu syarat bagi Penulis dalam mencapai kelulusan program Diploma-III di Indonesian Germany Institute.

Penulis sangat menyadari akan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman serta wawasan berfikir sehingga Tugas Akhir ini tentunya masih jauh dari sempurna. Maka Penulis dengan kerendahan hatinya sangat membuka segala masukan baik berupa saran dan kritik yang bersifat membangun dari Pembaca.

Dengan selesainya penulisan Tugas Akhir ini maka Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu secara moril atau pun spirituil, dan ikut mengembangkan pemikiran serta memberikan bahan-bahan dalam menyelesaikan kesulitan-kesulitan yang Penulis alami untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Untuk itu perkenankanlah Penulis mengucapkan terima kasih kepada Yang Terhormat :

1. Bapak Ir. Eddy Suryanto Soegoto, M.Sc., Selaku Ketua Indonesian Germany Institute.
2. Bapak Ahmad Iskandar Z., SE., MBA., Selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Selaku Dosen Pembimbing.
3. Bapak Adikusuma Prasetya. Selaku Pejabat Pembimbing Pada Departemen Marketing Sigma Furniture PT. DWIPAPURI ASRI.
4. Bapak Agus Harjanto. Selaku Pejabat Pembimbing Pada Departemen Marketing Sigma Furniture PT. DWIPAPURI ASRI.
5. Rekan Mahasiswa Manajemen Pemasaran M2 dan M3 "Per Il Migliore sempre" dan civitas Indonesian Germany Institute.

Penulis juga tidak lupa mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya untuk yang *tercinta : Eyang Putri, Papah dan Mamah, Kakakku Mas Tito-Mbak Eli, Mas Decky-Mbak Shandy, Dita, adikku Wisnu dan Keponakan-keponakanku yang mungil Yasmine, Utami(alm), dan Ikel sebagai pewarna suasana.*

Bandung, Agustus 2000

Penulis

Nia Arkandina

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan

Kata Pengantar i

Daftar Isi iii

Daftar Gambar v

Daftar Lampiran vi

Abstraksi vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Maksud dan Tujuan 2

1.3 Metodologi Penelitian 2

1.4 Pembatasan Masalah 3

1.5 Sistematika Penulisan 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian dan Manfaat Segmentasi Pasar 6

2.1.1 Pengertian Segmentasi Pasar 6

2.1.2 Manfaat Segmentasi Pasar 7

2.2 Prosedur Segmentasi Pasar 8

2.3 Dasar-Dasar Untuk Segmentasi Pasar 10

2.3.1 Segmentasi Pasar Konsumen 10

2.3.2 Segmentasi Pasar Industri 24

2.4 Pola Pemilihan Segmentasi Pasar 25

2.4.1 Segmentasi Tunggal 26

2.4.2 Spesialisasi Terpilih 26

2.4.3 Spesialisasi Pasar 27

2.4.4 Spesialisai Produk 27

2.4.5 Jangkauan Penuh 27

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. STRUKTUR ORGANISASI 35

GAMBAR 2. FLOWCHART PERANTARA..... 65

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	SIGMA FURNITURE
LAMPIRAN 2	PRODUK SIGMA, HOME FURNITURE
LAMPIRAN 3	PRODUK SIGMA, OFFICE FURNITURE
LAMPIRAN 4	PRODUKSI
LAMPIRAN 5	LIST OF BIG JOB ORDERS CUSTOMERS IN INDONESIA

ABSTRAKSI

Suatu perusahaan dengan berbagai cara, selalu berusaha untuk dekat dengan konsumennya. Keberhasilan usaha dari perusahaan yang bersangkutan tergantung pada bagaimana perusahaan memberikan pelayanan kepada konsumennya, yang secara lisan maupun tulisan membentuk citra perusahaan dan mempertahankan hubungan produsen dan konsumen adalah termasuk ke dalam usaha mencapai keberhasilan perusahaan.

Dalam hubungannya dengan Sigma Furniture yang nerupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang furniture memiliki tujuan tersendiri dalam memperoleh laba maksimal melalui penetapan segmen pasar yang benar-benar potensial.

Maksud dan tujuan penelitian ini untuk mengetahui jenis segmen pasar yang tepat bagi sigma furniture dalam melancarkan proses penjualan mangingat bergitu banyaknya segmen pasar yang harus dipilih dan dievaluasi oleh perusahaan tersebut sehingga segmen pasar yang dipilih sangat potensial karena produk Sigma Furniture yang berkualitas.

Berdasarkan hal di atas mengingat Sigma Furniture memproduksi produk berkualitas tinggi untuk meningkatkan penjualan, maka masalah yang timbul dalam pemilihan segmen pasar adalah dalam mengukur daya beli masyarakat, tingkat keuntungan yang diperoleh bagi ke dua belah pihak, tingkat kepuasan yang diperoleh dari penggunaan produk, penetapan program pemasaran yang tepat dalam penjualan. Dalam menghadapi masalah-masalah tersebut maka Sigma Furniture menetapkan segmen pasar kelas sosial ekonomi menengah ke atas sebagai segmen pasar yang dinilai sangat potensial bagi perusahaan tersebut dalam memaksimalkan laba karena

segmen ini di Indonesia berkisar 10% dari jumlah penduduk yang dinilai tidak akan terlalu terkena dampak dari krisis moneter yang sedang terjadi dan dilihat berdasarkan segmentasi demografis yaitu dari pendapatan dan segmentasi psikografis yaitu gaya hidup maka segmen ini sangat cocok dengan apa yang menjadi tujuan dari perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Karena segmen kelas sosial menengah ke atas rata-rata berpendapatan Rp. 3 juta - Rp. 4 juta dan selera mereka yang menginginkan hidup penuh dengan kualitas. Dengan menetapkan segmen pasar ini, Sigma Furniture dapat lebih mudah menetapkan harga jual yang mencerminkan produk berkualitas, menciptakan produk sesuai dengan trend, memberikan pelayanan atau servis yang dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi segmen ini, dan menetapkan program-program pemasaran melalui promosi ke beberapa kota-kota besar di Indonesia.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa segmen pasar kelas sosial ekonomi menengah ke atas sangat bermanfaat bagi Sigma Furniture dalam melaksanakan kegiatan penjualan, memenuhi tingkat kebutuhan segmen, dapat mengukur sejauh mana keunggulan dari produk Sigma Furniture terhadap produk pesaing. Dengan segmen pasar kelas sosial ekonomi menengah ke atas dapat memperlancar peluang bisnisnys pada segmentasi pasar domestik untuk mencapai tujuan perusahaan dan sumber daya perusahaan dalam memaksimalkan laba.