

ABSTRAK

ANALISIS SEGMENTASI PASAR DAN POSISI PERUSAHAAN BERDASARKAN SEGMENTASI PERILAKU

Studi kasus PT Radio Suara Mitra Bayu Buana Di Kota Belitang

oleh
Marius Wendy Seputro
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2005

Penelitian ini bertujuan yaitu, pertama, untuk melihat apakah ada kebutuhan yang berbeda dalam mendengarkan radio Suara Mitra Bayu Buana. Kedua, melihat urutan tingkat pentingnya atribut manfaat mendengarkan radio Suara Mitra Bayu Buana, dan yang ketiga adalah melihat posisi yang ditempati radio Suara Mitra Bayu Buana dibandingkan pesaing-pesaing utamanya.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik analisis, yaitu analisis *cluster*, analisis prioritas kepentingan, dan analisis *perceptual map*. Ketiga analisis ini berdasarkan segmentasi perilaku atribut manfaat yang dicari konsumen yaitu, hiburan berupa lagu, kuiz, cerita/ sandiwara radio, informasi berupa berita, iklan, pendidikan dan *talkshow*. Pengukuran atribut tersebut diukur dengan menggunakan skala *likert*.

Penelitian ini menemukan yang pertama, bahwa kebutuhan masyarakat dalam mendengarkan radio SMBB berbeda-beda yaitu, ada kelompok konsumen mencari hiburan berupa kuiz, cerita/sandiwara radio, informasi berupa berita, iklan, pendidikan dan *talkshow*. Kedua, yang menjadi prioritas pertama dalam mendengarkan radio tersebut adalah atribut lagu, kemudian diikuti secara berturut-turut dengan atribut cerita/sandiwara, atribut *talkshow*, atribut informasi pendidikan, atribut berita, atribut iklan, dan atribut kuiz. Ketiga adalah untuk atribut jenis lagu dan era lagu, posisi radio SMBB sama dengan radio Puspa Irama dan radio Puspa Irama menjadi pesaing terdekat bagi radio SMBB. Sedangkan radio Maspero memiliki posisi yang berbeda dan tidak menjadi pesaing terdekat bagi radio SMBB. Untuk atribut tema cerita dan waktu penyiaran, posisi yang ditempati masing-masing radio berbeda, dalam hal ini yang menjadi pesaing terdekat radio SMBB adalah radio Puspa Irama tetapi untuk radio yang bersaing ketat adalah radio Maspero dan radio Puspa Irama. Untuk atribut profesi narasumber dan topik yang sering diangkat, posisi radio SMBB hampir sama dengan radio Maspero, dalam hal ini radio SMBB bersaing ketat dengan radio Maspero. Sedangkan radio Puspa Irama memiliki posisi yang berbeda dengan kedua radio lainnya.

ABSTRACT

THE BEHAVIOR SEGMENTATION-BASED MARKET SEGMENTATION AND COMPANY POSITION ANALYSIS

A Case Study at PT Radio *Suara Mitra Bayu Buana* in Belitang City

By
Marius Wendy Seputro
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2005

The present research aimed to, firstly, identify whether there were different needs in listening to *Suara Mitra Bayu Buana* (SMBB) radio station; secondly, to examine the importance level of attribute benefits in listening to the SMBB radio station, and thirdly, study the position of the SMBB radio station compared to its main competitors.

Three analysis techniques used were, cluster analysis, importance priority, and perceptual map analysis. The three analysis were based on the segmentation behavior of attribute benefits that consumers sought, i.e., entertainments involving songs, quizzes, stories/radio drama, information involving news, commercials, educational information and talkshows. Attributes were measured using Likert scale.

It was found that firstly, there were different needs in listening to the SMBB radio station, namely, some consumer groups seeking entertainments involving stories/radio drama, information involving news, commercials, educational information, and talkshows. Secondly, the main first priority in listening radio was attribute song, and followed by attribute stories/radio drama, talkshows, educational information, news, commercials, and quizzes, respectively; thirdly, in terms off attribute song types and era, the position of SMBB radio station was similar to of *Puspa Irama* radio station, and the *Puspa Irama* radio station turned to be the closest competitor for the SMBB radio station. While the *Maspero* radio station held different position and was not the closest competitor for the SMBB radio station. In terms off attribute story themes and broadcasting time, the positions were held by different radio station; in this case, the closest competitor for SMBB radio station was *Puspa Irama* radio station, but the radio stations involved in tight competition were *Maspero* and *Puspa Irama* radio stations. In terms of attribute main sources' profession and frequent topics to discuss, the position of SMBB radio station was quite similar to of *Maspero* radio station; in this case, the SMBB radio station was in tight competition with *Maspero* radio station. While *Puspa Irama* radio station had different position compared to other radio stations.