

**TINJAUAN DALAM MEMILIH SEGMENT PASAR UNTUK
MENENTUKAN PASAR SASARAN PRODUK LAMPU PHILIPS PADA
PT PRATAMA ABADI MITRA MANDIRI PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Untuk memenuhi syarat dalam penyusunan Laporan Akhir pada Jurusan
Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

IDA BAGUS ALIT ARTHAJAYA

0611 3060 0513

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

PALEMBANG

2014

TINJAUAN DALAM MEMILIH SEGMENT PASAR UNTUK MENENTUKAN
PASAR SASARAN PRODUK LAMPU PHILIPS
PADA PT PRATAMA ABADI MITRA MANDIRI PALEMBANG



Disusun Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III Pada
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya

OLEH:

IDA BAGUS ALIT ARTHAJAYA

0611 3060 0513

Menyetujui,

Pembimbing I,

Dr. H. M. Syahirman Yusi, S.E., M.Si.
NIP 195808171993031001

Pembimbing II,

Purwati, SE., M.M.
NIP 196507111988032002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



Hendra Sastrawinata, S.E., M.M.
NIP 197208182003121002



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
Jalan Sriwijaya Negara, Palembang 30139
Telepon. (119), Email: admniaga@polsriwijaya.co.id

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ida Bagus Alit Arthajaya
Nim : 0611 3060 0513
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Tinjauan Dalam Memilih Segmen Pasar Untuk Menentukan Pasar Sasaran Produk Lampu Philips Pada PT Pratama Abadi Mitra Mandiri Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila laporan akhir saya plagiat/menyalin laporan akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan laporan akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 2014
Yang membuat pernyataan




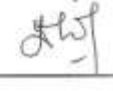
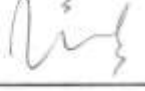
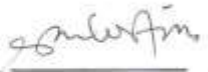
Ida Bagus Alit Arthajaya
NIM 061130600513

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Ida Bagus Alit Arthajaya
NIM : 061130600513
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Tinjauan Dalam Memilih Segmen Pasar Untuk Menentukan
Pasar Sasaran Produk Lampu Philips Pada PT Pratama Abadi
Mitra Mandiri Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Selasa
Tanggal: 15 Juli 2014
TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. M. Syahirman Yusi, S.E., M.Si</u> Ketua		<u>21 JULI 2014</u>
2.	<u>Elisa, S.E., M.Si</u> Anggota		<u>21 JULI 2014</u>
3.	<u>Nirwan Rasvid, S.E., M.M.</u> Anggota		<u>21 JULI 2014</u>
4.	<u>Sari Lestari, S.E., M.Ec</u> Anggota		<u>21 JULI 2014</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Seseorang yang tidak pernah membuat kesalahan, sebenarnya tak pernah mencoba sesuatu yang baru”

(Albert Einstein)

“Adanya masalah bukan untuk di keluh kesahkan, tetapi untuk dicari solusinya”

(Ida Bagus Alit Arthajaya)

“Jangan pernah berhenti selagi masih ada waktu”

(Ida Bagus Alit Arthajaya)

Kupersembahkan untuk:

- ❖ Orang tuaku*
- ❖ Saudara-saudaraku*
- ❖ Sahabatku Masri*
- ❖ Teman-teman BNC*
- ❖ Teman-teman #MMP*
- ❖ Seseorang yang selalu
menemani dan memotivasiku*
- ❖ Almamaterku*

ABSTRAK

TINJAUAN DALAM MEMILIH SEGMENT PASAR UNTUK MENENTUKAN PASAR SASARAN PRODUK LAMPU PHILIPS PADA PT PRATAMA ABADI MITRA MANDIRI

Ida Bagus Alit Arthajaya, 2014 (xii+53 halaman)

Tujuan penulisan Laporan Akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana PT Pratama Abadi Mitra Mandiri (PAMM) Palembang sebagai perusahaan yang menjual barang dan jasa lampu Philips memilih segmen pasar untuk menentukan pasar sasaran pada produknya agar perusahaan dapat bersaing dengan produk lain. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan kuesioner serta riset kepustakaan. Jumlah responden adalah banyaknya konsumen yang datang ke PT Pratama Abadi Mitra Mandiri dalam 4 bulan terakhir yaitu dari Januari – April 2014. Adapun masalah yang didapat adalah PT Pratama Abadi Mitra Mandiri dalam menentukan pasar sasaran menggunakan strategi *Concentrated Marketing* yang mana strategi ini belum mencakup semua konsumen *End User* yang telah ditetapkan oleh PT Philips Indonesia. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis melakukan analisis terhadap responden sehingga mendapatkan hasil dari tanggapan responden yaitu untuk strategi *Undifferentiated Marketing* sebesar 61,6%, untuk strategi *Differentiated Marketing* sebesar 57,80%, dan untuk strategi *Concentrated Marketing* sebesar 65,80%. Berdasarkan hasil analisis tersebut untuk memperbaiki masalah ini sebaiknya perusahaan menambahkan strategi dalam pasar sasaran yaitu strategi *Undifferentiated Marketing* karena dapat mencakup semua konsumen *End User*.

Kata Kunci: *Segmen Pasar, Pasar Sasaran, End User.*

ABSTRACT

THE REVIEW IN CHOOSING THE MARKET SEGMENT TO DETERMINE THE TARGET MARKET OF THE PHILIPS LAMP PRODUCT AT PT PRATAMA ABADI MITRA MANDIRI
Ida Bagus Alit Arthajaya, 2014 (xii+53 pages)

This final report aims to determine how PT Pratama Abadi Mitra Mandiri (PAMM) Palembang as a company that sell goods and services of Philips lamp choosing segments to determine the target market on the products that the company can compete with other products. Data were collected through interviews, observations, questionnaires and library research. The number of respondents is the number of consumers who come to the PT Pratama Abadi Mitra Mandiri in the last 4 months from January to April 2014. The problem is PT Pratama Abadi Mitra Mandiri in determining the target market using Concentrated Marketing strategy is a strategy which does not include all consumers End Users that have been established by PT Philips Indonesia. Based on these problems, author conducted an analysis of respondents to obtain the results of the respondents for Undifferentiated Marketing strategies is 61.6%, for the Differentiated Marketing strategy is 57.80%, problem the company should added Undifferentiated marketing strategy in the target market strategy because it can cover all consumer End Users.

Key Word: *Market Segment, Target Market, End User.*

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini tepat pada waktunya. Didalam Laporan Akhir ini penulis mengangkat masalah mengenai bagaimana cara PT Pratama Abadi Mitra Mandiri Palembang dalam memilih segmen pasar untuk menentukan pasar sasaran pada produk lampu Philips. Adapun tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Jurusan Administrasi Bisnis Politenik Negeri Sriwijaya dan untuk mengetahui bagaimana PT Pratama Abadi Mitra Mandiri (PAMM) Palembang memilih segmen pasar untuk menentukan pasar sasaran pada produk lampu Philips sehingga perusahaan dapat bersaing dengan produk lain. Laporan Akhir ini berjudul “Tinjauan dalam Memilih Segmen Pasar untuk Menentukan Pasar Sasaran Produk Lampu Philips Pada PT Pratama Abadi Mitra Mandiri (PAMM) Palembang”.

Dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini penulis berusaha semaksimal mungkin dapat memberikan yang terbaik, akan tetapi penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam Laporan Akhir ini. Hal ini tentu saja terjadi karena terbatasnya kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis.

Pada kesempatan ini penulis telah banyak diberikan bantuan, bimbingan serta pengarahan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak RD. Kusumanto, S.T., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya
2. Bapak Hendra Sastrawinata, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Bapak Hery Setiawan, S.E., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya

4. Bapak Dr. M. Syahirman Yusi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
5. Ibu Purwati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Seluruh Dosen dan staf Jurusan Administrasi Bisnis yang telah mendidik, membimbing dan mengarahkan penulis selama proses belajar mengajar di Politeknik Negeri Sriwijaya.
7. Bapak Lindung Artha Marhendra selaku Manajer dari PT Pratama Abadi Mitra Mandiri yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.
8. Bapak Fabianus Puji Purwoko selaku karyawan dari PT Pratama Abadi Mitra Mandiri yang telah banyak membantu penulis dalam menyediakan data yang mendukung penulis.
9. Seluruh karyawan/karyawati dan staf PT Pratama Abadi Mitra Mandiri Palembang yang telah membantu penulis dalam proses pengambilan data perusahaan.
10. Seluruh sahabat anggota HMMP yaitu Fuad, Lutfi, Damar, Demokrasi, Novan, Iman, Deo, Anca, Jemi, Dinal, Bambang, Febri, Putra, Rahmat, Bayu, Dimas.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu karena telah banyak membantu penulis selama penyusunan Laporan Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis berharap Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca semua khususnya mahasiswa Administrasi Bisnis, dan semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan kasih dan karunia-Nya kepada kita semua. Amin.

Palembang, Juni 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan	3
1.4.1 Tujuan Penulisan	3
1.4.2 Manfaat Penulisan	4
1.5 Metodologi Penulisan	4
1.5.1 Metodologi Pengumpulan Data	4
1.5.2 Jenis-jenis Data	5
1.5.3 Popualasi dan Sampel	5
1.5.4 Analisis Data	6
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.3 Strategi Pemasaran	12
2.3.1 Segmentasi Pasar	13

	2.3.2 Target Pasar	14
	2.3.3 Pemosisian Produk	18
BAB III	KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
	3.1 Sejarah Perusahaan	20
	3.2 Cakupan Pemasaran PT Pratama Abadi Mitra Mandiri	23
	3.3 Cara Menentukan Pasar Sasaran Produk Lampu Philips	24
	3.4 Upaya yang Dilakukan untuk Bersaing Didalam Pasar Sasaran	24
	3.4 Segmen yang Digunakan untuk Bersaing Didalam Pasar Sasaran	26
	3.5 Karakteristik Umum Subjek Penelitian	26
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Hasil Penelitian	29
	4.1.1 Analisis Deskriptif	29
	4.2 Pembahasan	37
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1 Kesimpulan	53
	5.2 Saran	53
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Data Penjualan Berdasarkan Konsumen yang Memesan	5
Tabel 3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	25
Tabel 3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	26
Tabel 3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	27
Tabel 4.1	Pertanyaan <i>Undifferentiated Marketing</i>	29
Tabel 4.2	Pertanyaan <i>Differentiated Marketing</i>	32
Tabel 4.3	Pertanyaan <i>Concentrated Marketing</i>	34
Tabel 4.4	Pengukuran Skala Likert	37
Tabel 4.5	Total Penilaian <i>Undifferentiated Marketing</i> 1	38
Tabel 4.6	Total Penilaian <i>Undifferentiated Marketing</i> 2	39
Tabel 4.7	Total Penilaian <i>Undifferentiated Marketing</i> 3	39
Tabel 4.8	Total Penilaian <i>Undifferentiated Marketing</i> 4	40
Tabel 4.9	Total Penilaian <i>Undifferentiated Marketing</i> 5	41
Tabel 4.10	Total Penilaian <i>Undifferentiated Marketing</i> 6	41
Tabel 4.11	Total Penilaian <i>Differentiated Marketing</i> 1	43
Tabel 4.12	Total Penilaian <i>Differentiated Marketing</i> 2	43
Tabel 4.13	Total Penilaian <i>Differentiated Marketing</i> 3	44
Tabel 4.14	Total Penilaian <i>Differentiated Marketing</i> 4	45
Tabel 4.15	Total Penilaian <i>Differentiated Marketing</i> 5	46
Tabel 4.16	Total Penilaian <i>Concentrated Marketing</i> 1	47
Tabel 4.17	Total Penilaian <i>Concentrated Marketing</i> 2	48
Tabel 4.18	Total Penilaian <i>Concentrated Marketing</i> 3	48
Tabel 4.19	Total Penilaian <i>Concentrated Marketing</i> 4	49
Tabel 4.20	Total Penilaian <i>Concentrated Marketing</i> 5	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kartu Konsultasi Bimbingan Laporan Akhir Dosen I
- Lampiran 2 Kartu Konsultasi Bimbingan Laporan Akhir Dosen II
- Lampiran 3 Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Dosen I
- Lampiran 4 Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Dosen II
- Lampiran 5 Kartu Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 6 Daftar Kuesioner
- Lampiran 7 Daftar Wawancara
- Lampiran 8 Daftar Konsumen
- Lampiran 9 Surat Pengantar dari Jurusan
- Lampiran 10 Surat Pengantar dari Akademik
- Lampiran 11 Surat Balasan Dari PT Pratama Abadi Mitra Mandiri Palembang