

Dasar-Dasar Segmentasi Pasar Majalah 'MI' dan Analisis Terhadap Kesesuaian Karakteristik Konsumennya. (Studi Kasus Pada PT 'TMI')

Agung Karmawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20303450&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Konsep segmentasi pasar merupakan konsep yang mulai banyak digunakan para pengusaha dalam melaksanakan usaha pemasaran suatu produk. Konsep ini didasarkan pada suatu pemikiran bahwa sulit bagi suatu produk dapat memenuhi keinginan maupun kebutuhan yang beraneka ragam dan berbeda-beda dari setiap orang. Oleh karena konsep ini dianggap penting bagi perusahaan untuk melaksanakan segmentasi pasar agar produk yang dihasilkan dapat diterima dan dapat memenuhi keinginan/kebutuhan sekelompok orang yang diperkirakan cukup homogen dan cukup potensial sebagai konsumen sarasannya. Majalah 'Mode Indonesia' (MI) dapat dikatakan merupakan majalah baru dalam segmen pasar remaja, namun dilihat dari perkembangan jumlah oplah yang berhasil diraihny, menunjukkan bahwa majalah 'MI' dapat bersaing dengan majalah remaja yang telah lama ada dan memiliki oplah tertinggi seperti majalah 'Gadis' dan 'Hai'. Dasar-dasar apakah yang digunakan dalam melakukan segmentasi pasar majalah. 'MI' serta sejauh mana karakteristik konsumen sesuai dengan dasar-dasar segmentasi pasarnya tersebut, maka skripsi ini akan mencoba menggambarkan permasalahan di atas. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kepustakaan dan lapangan, dimana data lapangan diperoleh langsung dari perusahaan, dengan wawancara mendalam dan mengolah angket yang disebarkan majalah tersebut. Hasil penelitian menggambarkan bagaimana dasar-dasar segmentasi pasar majalah 'MI' ditetapkan dan hampir semua dasar-dasar segmentasi pasar tersebut sesuai dengan karakteristik konsumennya. Adapun ketidak/kekurang kesesuaian yang ditemukan serta adanya pemusatan umur. dan jenis kelamin pada kelompok tertentu, diantaranya disebabkan karena isi dari majalah tersebut kurang mencerminkan kepentingan dan kebutuhan dari semua segmen sasaran yang ingin ditujunya secara proporsional. Oleh karena itu, saran yang dapat diajukan adalah majalah 'MI' agar menyempurnakan/memperbaiki isi dari majalahnya agar lebih sesuai dengan semua segmen sasaran atau mempersempit luasnya segmen sasaran, sehingga dapat memusatkan perhatian kepada kelompok konsumen sasaran yang terlihat paling potensial.