

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia dalam melakukan komunikasi sudah dapat dianggap menjadi kebutuhan utama. Hal ini dikarenakan dengan adanya alat komunikasi yang dapat mempermudah serta menghemat kebutuhan manusia untuk melakukan interaksi sosial. Adanya alat telekomunikasi, jarak yang berjauhan dapat dirasakan dekat dan komunikasi juga akan berlangsung lebih efisien. Perkembangan teknologi alat komunikasi sangatlah pesat di era globalisasi saat ini. Teknologi telekomunikasi yang disajikanpun beraneka ragam sesuai dengan keinginan para *user*, begitu juga dengan perkembangan teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi saat ini yang berkembang diseluruh negara sangatlah pesat terutama di negara Indonesia sendiri. Dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi maka manusia juga dihadapkan pada kebutuhan komunikasi yang lebih kompleks, maka fitur-fitur media yang dibutuhkan manusia untuk berkomunikasi akan semakin kompleks. Masyarakat di era seperti sekarang ini juga mencari media alat komunikasi yang benar-benar dapat mempermudah masyarakat dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada orang lain dan juga sebagai penunjang kemudahan dalam melaksanakan pekerjaan.

Dengan adanya teknologi komunikasi sekarang diharapkan masyarakat mencapai kepuasan dengan semua kemudahan yang diberikan oleh alat komunikasi saat ini. Salah satu media komunikasi yang paling diminati adalah *Smartphone*. Banyak diminati karena lebih menawarkan kemudahan dalam pengaktifan, kecanggihan, penggunaan dan mobilitas dalam berkomunikasi. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan akan dihadapkan pada persaingan yang kompetitif untuk memproduksi *Smartphone* dengan fitur-fitur yang dapat memenuhi kebutuhan manusia yang lebih kompleks dalam menjalin komunikasi. Konsumen Indonesia sendiri mempunyai persepsi yang responsif terhadap produk *Smartphone* di pasar Asia dan dunia. Banyaknya permintaan pasar akan *Smartphone* semakin banyak merek-merek bermunculan, hal ini menyebabkan persaingan produk-produk *Smartphone* menjadi semakin kompetitif khususnya produk dengan jenis yang sama.

Dari banyaknya produk-produk *Smartphone*, dengan berbagai merek *Samsung* merupakan kelompok *gadget* yang bisa dikatakan berhasil mencapai kesuksesan global. Saat ini *Samsung* merupakan *smartphone* yang mempunyai profit penjualan yang cukup baik didunia. *Samsung* merupakan perusahaan elektronik yang terbilang sukses di tahun belakangan ini, Sukses menampilkan sisi *brand* yang mempunyai kelas penjualan yang terkenal dengan produksi seri *Smartphone* lainnya. *Samsung* adalah termasuk *brand* yang terkenal saat ini dan menjadi pertimbangan para konsumen khususnya konsumen yang akan memilih

*Smartphone* ini sebagai *gadget* pilihan utama konsumen. Diantara merek-merek *Smartphone* yang ada di Indonesia, Galaxy Mega 5.8 merupakan *smartphone* yang diklaim mampu menjawab kebutuhan konsumen, dengan mengaplikasikan dual kartu sim card dalam satu *smartphone*, mempunyai layar 5.8 inch dan mempunyai *body* yang slim di kelasnya, serta harga yang relatif terjangkau. *Samsung* merupakan perusahaan yang mampu berkembang sukses dengan cepat saat ini. Untuk memasarkan suatu produk, seorang *marketer* harus mengetahui produk yang akan dipasarkan serta mengetahui keunggulan produk yang dipasarkan. Marketer harus memiliki beberapa pilihan segmen yang memberikan karakter dan respon yang sama. Dengan memahami segmen-segmen yang ada, maka dapat menentukan bagaimana cara menjangkaunya, berapa harga yang layak dibebankan kepada konsumen, dan bagaimana cara mempertahankan mutu produk dari serangan pesaing bisnis.

Dalam hal ini penulis ingin meneliti produk *smartphone* melalui strategi segmentasi, karena dengan segmentasi yang benar maka akan tercapai keinginan dan harapan perusahaan dalam hal penjualan. Maka penulis memulai dari segmen perkantoran yang memiliki potensi cukup kuat untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Segmentasi Dan Targeting Konsumen Samsung Galaxy Mega 5.8 di Wilayah Jakarta Barat”**.

## **B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang timbul dapat diidentifikasi, sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah
  - a. Adanya pesaing antar *smartphone* di Indonesia
  - b. Harga yang ditawarkan sangat kompetitif.
  - c. Pesaing yang terus mengeluarkan inovasi terhadap produknya.
2. Pembatasan Masalah
  - a. Untuk Samsung galaxy penulis meneliti Samsung galaxy mega 5.8.
  - b. Responden adalah konsumen yang membeli dan menggunakan Produk Samsung Galaxy Mega 5.8.
  - c. Untuk demografi penulis membatasi pada jenis kelamin, usia, penghasilan, pekerjaan dan pendidikan.
  - d. Untuk psikografis penulis membatasi hanya manfaat dan kebutuhan gaya hidup konsumen.
  - e. Untuk perilaku penulis membatasi hanya manfaat, status pemakaian, status kesetiaan, pengetahuan dan sikap.
  - f. Untuk geografis penulis membatasi hanya jarak dan lokasi pembelian.

### C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah diatas dapat dibuat perumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana segmentasi konsumen Samsung galaxy mega 5.8 yang terbentuk dari analisa *cluster*?
2. Siapakah *target market* konsumen Samsung galaxy mega 5.8?

### D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui segmentasi konsumen Samsung galaxy mega 5.8 yang terbentuk dari analisa *cluster*.
2. Untuk mengetahui Siapakah *target market* konsumen Samsung galaxy mega 5.8.

### E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian bertujuan untuk memberikan manfaat yaitu:

- a. Bagi perusahaan *smartphone* merek lain dapat menjadi masukan dalam melakukan segmentasi untuk mengetahui *target market* dari produk mereka masing masing.
- b. Bagi seorang peneliti jika suatu saat berkeinginan membangun suatu usaha dapat menentukan *target market* terlebih dahulu melalui sistem segmentasi.

- c. Bagi Universitas Esa Unggul diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan berguna apabila dibutuhkan untuk penyediaan bidang studi yang berkaitan dengan penelitian ini,
- d. Bagi seorang mahasiswa dapat dijadikan suatu referensi untuk penelitian dengan menggunakan sistem segmentasi.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Secara garis besar, sistematika penyusunan proposal ini terdiri dari 3 bab, masing masing dapat diuraikan sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori yang mendukung dalam analisis positioning serta kerangka pikir penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, hipotesis, metode pengumpulan data dan definisi operasional yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM GALAXY MEGA 5.8 DAN PROFIL RESPONDEN

Pada bab ini akan dibahas mengenai gambaran umum masing masing *smartphone* dan profil responden dari masing masing *smartphone* yang terdiri dari usia, pendidikan, pekerjaan dan sebagainya.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas hasil penelitian yang telah dilakukan. Adapun alat analisis yang digunakan adalah analisis *cluster*.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini penulis mencoba untuk dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi para pembaca.