

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Segmentasi adalah usaha untuk membagi suatu populasi menjadi kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain. Tidak hanya pada cabang ilmu yang lain saja yang menggunakan sistem segmentasi, namun dalam ilmu pemasaran juga banyak mengambil manfaat dari segmentasi. Dalam pemasaran dikenal istilah segmentasi pasar yang berarti usaha untuk membagi pasar kedalam kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain dalam hal kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin akan memerlukan produk-produk dan strategi pemasaran tertentu untuk menjangkaunya (Kotler dan Amstrong, 2004).

Pasar yang tersegmentasi dengan baik dapat dijangkau dan dilayani lebih efisien. Selain itu, pasar yang tersegmentasi dengan baik lebih mudah dikelola karena suatu segmen cenderung memberikan respon yang homogen terhadap suatu stimuli. Pengetahuan tentang kebutuhan, karakter, atau perilaku pasar yang tersegmentasi akan memudahkan pemasaran untuk mengelola suatu segmen secara efektif (Kotler dan Amstrong, 2004). Di luar kegiatan bisnis, segmentasi pasar dapat digunakan untuk memasyarakatkan suatu undang-undang baru, melakukan kampanye-kampanye sosial, menyampaikan pesan-pesan politik, menggairahkan kehidupan beragama dan mendidik siswa (Kasali, 1998).

Menggarisbawahi pendapat Kasali di atas, penulis tertarik untuk mengaplikasikan segmentasi ke dalam dunia pendidikan. Melalui pendidikan dasar eksploratif ini, dapat diketahui segmentasi mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain. Penulis tertarik untuk meneliti segmentasi mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain karena dapat memberikan informasi mengenai karakter mahasiswa/i-nya untuk menyusun program-program akademik yang lebih baik.

Menurut Kotler dan Amstrong (2004) tidak ada cara tunggal untuk membuat segmentasi pasar yang baik. Namun ada beberapa variabel pokok yang sering digunakan sebagai pembeda untuk memecah populasi menjadi kelompok-kelompok atau segmen. Beberapa variabel pokok yang sering digunakan sebagai pembeda antara lain adalah geografis, demografis, psikografis, dan perilaku.

Orang-orang dalam suatu demografis yang sama dapat memiliki psikografis yang sangat berbeda. Salah satu unsur psikografis yang paling sering digunakan oleh para pemasar adalah gaya hidup pelanggan (Kotler dan Amstrong, 2004). Mencermati pendapat di atas, maka penulis akan melakukan segmentasi berdasarkan gaya hidup.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Untuk meningkatkan indeks prestasi mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya adalah dengan melakukan segmentasi atau membagi mahasiswa/i kedalam kelompok-kelompok dan respon atau reaksi/tingkah laku mereka terhadap program pembelajaran. Sehingga dapat diketahui gaya hidup yang dilakukan oleh mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain.

Dalam melakukan segmentasi ini dapat diketahui upaya apa saja yang harus dilakukan untuk mendorong mahasiswa/i mengalokasikan waktu yang lebih banyak untuk belajar dan mengerjakan tugasnya beserta solusinya.

Dewasa ini pergaulan sangat berpengaruh terhadap perkembangan diri seseorang, khususnya usia remaja yang sangat rentan terhadap sesuatu hal yang baru. Jika pergaulan mereka salah maka tidak dipungkiri mereka akan terjerumus dalam hal yang tidak benar selamanya.

Dari uraian di atas, dapat diketahui segmentasi gaya hidup merupakan salah satu aspek penting dalam dunia pendidikan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup (*lifestlye*) terhadap peningkatkan indeks prestasi mahasiswa/i Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain, berdasarkan uraian tersaebut dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana segmentasi mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain berdasarkan gaya hidup terkait aktifitas belajarnya.
2. Bagaimana pengaruh segmentasi gaya hidup mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain terhadap indeks prestasi.
3. Bagaimana segmentasi diaplikasikan dalam dunia pendidikan.

### **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu bahan kajian dalam penyusunan strategi pengelolaan program studi Seni Rupa dan Desain.
2. Memberikan salah satu contoh aplikasi segmentasi dalam bidang pendidikan.
3. Memberikan informasi tentang seberapa besar segmentasi gaya hidup berpengaruh pada indeks prestasi mahasiswa/i Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. untuk mengetahui pengaruh segmentasi gaya hidup pada mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain terhadap aktivitas Belajar.
2. Untuk mengetahui pengaruh segmentasi gaya hidup pada mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain terhadap indeks prestasi.
3. Untuk mengetahui bagaimana segmentasi diaplikasikan dalam dunia pendidikan.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai segmentasi gaya hidup mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain. Penelitian ini diharapkan berguna bagi beberapa pihak.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat berguna dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan keilmuan, terutama ilmu manajemen pemasaran, dalam segmentasi dan gaya hidup Selain itu, sebagai pembanding maupun sebagai sumbangan pemikiran dan informasi bagi mereka yang tertarik untuk mengadakan penelitian di bidang yang sama.

## 2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gagasan pemikiran dan bahan masukan yang bermanfaat bagi Universitas Kristen Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain, dalam mengambil keputusan, khususnya dalam hal segmentasi gaya hidup mahasiswa/i Maranatha Bandung Fakultas Seni Rupa dan Desain.