

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Media Studio Digital Training Center, merupakan salah satu tempat kursus komputer di Bandung yang beralamat di Jalan Ahmad Yani No. 221 B.8. Setelah berdiri selama hampir 3 tahun, Media Studio tidak mencapai *Break Even Point*. *Break Even Point* tidak tercapai karena ini dapat dilakukan jika (1) jumlah peserta kursus tidak meningkat, (2) biaya operasional tidak mungkin diturunkan, (3) biaya kursus sukar dinaikkan. Sehingga masalah difokuskan pada upaya peningkatan peserta kursus sehingga strategi persaingan Media Studio harus dihasilkan.

Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan wawancara kepada peserta kursus komputer yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan tempat-tempat yang dipertimbangkan oleh peserta kursus sebelum mengikuti kursus komputer di sebuah tempat kursus. Dimulai dari mengidentifikasi atribut utama yang dipilih oleh peserta kursus dalam memilih tempat kursus komputer. Dari hasil wawancara didapatkan atribut-atribut yang digunakan dalam pembuatan kuesioner. Kuesioner Maksud Membeli dan kuesioner Peta Posisi disebarkan kepada 282 responden. Metode pengambilan sampel ialah *Simple Random Sampling* bagi peserta kursus komputer Media Studio. Sedangkan untuk peserta kursus pesaing (LIKMI, LPKIA, LP3I, Aryanti, LIPPI, dan LPK Pauline) menggunakan *Sampling Sistematis*. Pengolahan data terdiri atas uji validitas dan reliabilitas, perhitungan skor Maksud Membeli untuk tiap atribut, serta *Correspondence Analysis*. Setelah ketiga langkah di atas telah selesai dilakukan, langkah keempat adalah melakukan usulan pengembangan strategi bersaing Media Studio terhadap pesaing, yang merupakan tujuan dari penelitian ini.

Faktor-faktor yang unggul di Media Studio adalah akreditasi yang telah dimiliki, biaya kursus sebanding dengan fasilitas yang didapat oleh peserta kursus, biaya kursus lebih murah, biaya kursus dapat diangsur, biaya sesuai dengan kemampuan peserta, peserta akan diberi tahu oleh karyawan Media Studio bila ada perubahan jam kursus. Faktor-faktor tersebut merupakan faktor unggul yang dimiliki oleh Media Studio dibandingkan dengan tempat kursus lain. Dengan mengetahui peringkat dan kepentingan atribut Media Studio serta dengan mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh peserta kursus dalam memilih tempat kursus, maka penulis memberikan usulan Strategi bersaing kepada Media berupa strategi diferensiasi pada faktor-faktor penting dimana Media Studio Digital Training Center memiliki peringkat 1, serta strategi *Benchmark* ke tempat kursus komputer pesaing peringkat 1 pada faktor-faktor dimana Media Studio tertinggal dengan pesaing lain.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	Xv
DAFTAR LAMPIRAN	Xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-1
1.3 Pembatasan Masalah	1-4
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan	1-5
1.6 Sistematika Penelitian	1-6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Jasa	2-1
2.2 Tahap-tahap Proses Keputusan Membeli	2-1
2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	2-2
2.3.1 Wawancara.....	2-2
2.3.2 Observasi.....	2-2
2.3.3 Kuesioner (Angket).....	2-2
2.3.3.1 Populasi dan Sampel.....	2-2
2.3.3.2 Skala Pengukuran.....	2-5
2.3.3.3 Teknik Pembuatan Skala	2-7
2.4 Uji Validitas....	2-7
2.4.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-7
2.4.2 Cara Pengujian Validitas	2-8
2.5 Uji Reliabilitas.....	2-10

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
2.6 Peta Posisi.....	2-10
2.7 <i>Correspondence Analysis</i>	2-11
2.8 Rangkuman Tinjauan Pustaka Setelah Melakukan Perbandingan Pada Beberapa Teori	2-13
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variabel Manifes	3-4
3.2 Analisis Pesaing Utama.....	3-5
3.3 Penyusunan Instrumen.....	3-5
3.4 Penentuan Sampel.....	3-7
3.5 Penyebaran Kuesioner	3-7
3.6 Pengolahan Data	3-7
3.7 Analisis Persaingan.....	3-8
3.8 Kesimpulan dan Saran.....	3-8
3.9 Pengembangan Usulan.....	3-8
3.10 Penulisan Skripsi.....	3-8
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Sejarah Singkat Media Studio Digital Training Center.....	4-1
4.2 Pengumpulan Data Awal.....	4-1
4.3 Uji Coba Kuesioner.....	4-2
4.4 Penyebaran Kuesioner Maksud Membeli dan Peta Posisi.....	4-2
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Pengolahan Data.....	5-1
5.1.1 Uji Validitas.....	5-1
5.1.1.1 Validitas Konstruk.....	5-1
5.1.1.2 Validitas Eksterna.....	5-1
5.1.1.3 Uji Reliabilitas	5-2
5.1.1.4 Uji Validitas (282 responden).....	5-2
5.1.1.5 Uji Reliabilitas (282 responden).....	5-2
5.1.2 Pengolahan Data Indikator Maksud Membeli.....	5-3

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
5.1.3 Perhitungan Persepsi Persaingan.....	5-4
5.1.4 <i>Correspondence Analysis</i>	5-6
5.2 Analisis.....	5-11
5.2.1 Analisis Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	5-11
5.2.1.1 Analisis Validitas Konstruk.....	5-11
5.2.1.2 Analisis Uji Coba Instrumen.....	5-11
5.2.2 Analisis Persainagn.....	5-11
5.2.2.1 Atribut Utama Yang Dihargai Pelanggan.....	5-11
5.2.2.2 Menilai Tingkat Kepentingan Kumulatif Atribut- atribut Yang Berbeda.....	5-13
5.2.2.3 Analisis Persepsi Pelanggan Mengenai Tempat Kursus Komputer.....	5-13
5.2.2.4 Perbandingan Kinerja Media Studio Dengan Pesaing.....	5-19
5.2.2.5 Penentuan Paket Persaingan	5-28
5.3 Pengembangan Usulan Persaingan.....	5-29
5.3.1 Faktor Tempat Duduk Yang Nyaman.....	5-29
5.3.2 Faktor Sertifikat Yang Diauki Oleh Dunia Kerja.....	5-29
5.3.3 Faktor Tempat Ruangan Yang Nyaman.....	5-30
5.3.4 Faktor Ruangan Ber-AC.....	5-30
5.3.5 Faktor Spesifikasi Komputer Yang Sesuai Dengan Spesifikasi Program.....	5-30
5.3.6 Faktor Program Yang Dibutuhkan Peserta Tersedia.....	5-31
5.3.7 Faktor Tempat Duduk Yang Nyaman.....	5-31
5.3.8 Faktor Materi Kursus Yang Diberikan Dapat Diaplikasikan dalam Dunia Kerja.....	5-32
5.3.9 Faktor Meja Komputer Yang Nyaman.....	5-32
5.3.10 Faktor Akses Internet yang Cepat.....	5-32
5.3.11 Faktor Biaya Yang Sesuai Dengan Kemampuan Peserta ...	5-33

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
5.3.12 Faktor Karyawan Memberi Kabar Bila Ada Perubahan Waktu Kursus.....	5-33
5.3.13 Faktor Biaya Sebanding Dengan Fasilitas Yang Didapat....	5-34
5.3.14 Faktor Pengajar Adalah Praktisi Terkemuka.....	5-34
5.3.15 Faktor Tempat Kursus Dilewati Oleh Kendaraan Umum...	5-34
5.3.16 Faktor Biaya Kursus Dapat Diangsur.....	5-34
5.3.17 Faktor Pengajar Adalah Lulusan Universitas Terkemuka	5-35
5.3.18 Faktor Jam Kursus Dapat Ditentukan Oleh Peserta Kursus.....	5-35
5.3.19 Faktor Durasi Kursus Sebanding Dengan Materi Yang Diberikan.....	5-35
5.3.20 Faktor Biaya Pesaing Lebih Murah.....	5-35
5.3.21 Durasi Kursus Sebanding Dengan Penguasaan Materi.....	5-36
5.3.22 Faktor Karyawan Tanggap Terhadap Keluhan Peserta.....	5-36
5.3.23 Faktor Total Jam Kursus Sebanding Dengan Biaya Kurus.	5-37
5.3.24 Faktor Tempat Kursus Memiliki Akreditasi Yang Baik....	5-37
 BAB 6 PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-3
6.2.1 Saran Yang Diberikan Kepada Media Studio.....	6-3
6.2.2 Saran Penelitian Lebih Lanjut	6-4
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
KOMENTAR NARA SUMBER	
DATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Ijin Tempat Kursus Komputer Baru di Kota Bandung	1-2
1.2	Tempat Kursus Komputer Berijin Resmi Dinas Pendidikan (sampai dengan 2001)	1-2
1.3	Tempat Kursus Yang Menjadi Pilihan Peserta Kursus	1-3
2.1	Penentuan jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, 10%	2-3
3.1	Contoh Perhitungan Rata-rata Peringkat Tempat Kursus komputer	3-6
5.1	Skor Kecenderungan Maksud Membeli	5-5
5.2	Contoh Perhitungan Rata-rata Peringkat Tempat Kursus komputer	5-6
5.3	Skor Total Persepsi Responden Atas Peringkat Tempat Kursus Komputer	5-9
5.4	Kuadran Keunggulan-Tingkat Kepentingan Atribut	5-10
5.5	Pengelompokkan Peringkat Atribut	5-12
5.6	Skor Kecenderungan Maksud Membeli	5-13
5.7	Keunggulan LP3I Dalam Hal Tempat Duduk Yang Nyaman	5-19
5.8	Keunggulan LIKMI Dalam Sertifikat	5-20
5.9	Keunggulan LIKMI Dalam Hal Ruangan Yang Bersih	5-20
5.10	Keunggulan LIKMI Dalam Hal Ruangan ber-AC	5-21
5.11	Keunggulan LIPPI Dalam Hal Spesifikasi Komputer Yang Canggih	5-21
5.12	Keunggulan LP3I Dalam Hal Kelengkapan Program Kursus	5-21
5.13	Keunggulan LIKMI Salam Modul Yang Disediakan Aplikatif	5-22
5.14	Keunggulan LIKMI Dalam Hal Materi Kusus Dapat Diaplikasikan Di Dunia Kerja	5-22
5.15	Keunggulan LIPPI Dalam Meja Komputer Yang Nyaman	5-22

5.16	Keunggulan LIPPI Dalam Akses Internet	5-23
------	---------------------------------------	------

Daftar Tabel (Lanjutan)

Tabel	Judul	Halaman
5.17	Keunggulan Media Studio Dalam Biaya Kursus Yang Sesuai Dengan Kemampuan Peserta Kursus	5-23
5.18	Keunggulan Media Studio Dalam Hal Adanya Pemberitahuan Kepada Peserta Kursus Bila Ada Perubahan waktu Kursus	5-23
5.19	Keunggulan Media Studio Dalam Hal Biaya Kursus Sebanding Dengan Fasilitas Yang Didapat	5-24
5.20	Keunggulan Media Studio Dalam Hal Biaya Kursus Sebanding Dengan Fasilitas Yang Didapat	5-24
5.21	Keunggulan Pauline Dalam Hal Tempat Kursus Dilewati Oleh Kendaraan Umum	5-25
5.22	Keunggulan Media Studio Dalam Hal Biaya Kursus Dapat Diangsur	5-25
5.23	Keunggulan LIPPI Dalam Hal Biaya Kursus Dapat Diangsur	5-25
5.24	Keunggulan Pauline Dalam Hal Jam Kursus Dapat Ditentukan Oleh Peserta Kursus	5-26
5.25	Keunggulan LPKIA Dalam Hal Biaya Kursus Sebanding Dengan Materi Yang Didapat	5-26
5.26	Keunggulan Media Studio Dalam Hal Biaya Kursus Pesaing Lebih Murah	5-27
5.27	Keunggulan Media Studio Dalam Hal Durasi Kursus Sebanding Dengan Penguasaan Materi	5-27
5.28	Keunggulan Pauline Dalam Hal Karyawan Cepat Mengambil Tindakan Terhadap Keluhan Peserta Kursus	5-27
5.29	Keunggulan Pauline Dalam Hal Total Jam Kursus Sebanding Dengan Biaya Kursus	5-28
5.30	Keunggulan Media Studio Dalam Hal Tempat Kursus memiliki Akreditasi	5-28

DAFTAR TABEL (LANJUTAN)

Tabel	Judul	Halaman
6.1	Faktor-faktor Yang Dipertimbangkan Peserta Kursus dalam Mengikuti Kursus Komputer	6-1
6.2	Urutan Tingkatan Kepentingan Faktor-faktor Yang Menjadi Petimbangan Peserta Dalm Memilih Tempat Kursus Komputer	6-2

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Pertambahan Jumlah Tempat Kursus Komputer di Kota Bandung (Periode 1996-2001)	1-2
1.2	Diagram Pareto Tempat Kursus Yang Diminati	1-3
2.1	Tahap-tahap Keputusan Membeli	2-1
3.1	<i>Flowchart</i> Kerangka Penelitian	3-1
5.1	Grafik <i>Row Scores</i>	5-7
5.2	Grafik <i>Column Scores</i>	5-7
5.3	Grafik <i>Row and Column Scores</i>	5-8

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
I	Kuesioner Umum	L.I-1
I	Kuesioner Maksud Membeli	L.I-2
II	Data Mentah Hasil Penyebaran Kuesiner Maksud Membeli	L.II-1
III	Kuesioner Peta Posisi	L.III-4
IV	Data Mentah Hasil Penyebaran Kuesiner Peta Posisi	L.IV-1
V	<i>Output Correspondence Analysis</i>	L.V-1
VI	<i>Break Even Point</i>	L.VI-1
	<i>Random Start</i>	L.VI-3
VII	Reliabiliti	L.VII-1
VIII	Komentar Para Ahli (Validitas Konstruk)	L.VIII-1
IX	Berita Acara Seminar Proposal Tugas Akhir	L.IX-1
	Berita Acara Seminar Isi Tugas Akhir	L.IX-5
X	Proyeksi Angkatan Kerja	