

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Berdasarkan segmentasi atas dasar a - priori

1. Surat kabar harian dilihat dari pendapatan responden atau konsumen.
 - Sebagian besar responden mempunyai pendapatan lebih dari Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 50 responden.
 - Sebagian besar responden pembaca surat kabar harian Kompas mempunyai pendapatan antara Rp 500.000 sampai dengan Rp 999.999.
 - Sebagian besar responden pembaca surat kabar harian Republika mempunyai pendapatan lebih dari Rp 1.000.000.
2. Surat kabar harian dilihat dari pendidikan terakhir responden atau konsumen.
 - Pendidikan terakhir responden sebagian besar adalah sarjana, yaitu sebanyak 55 responden.
 - Sebagian besar responden pembaca surat kabar harian Kompas berpendidikan terakhir SMA.
 - Sebagian besar responden pembaca surat kabar harian Republika berpendidikan terakhir sarjana
3. Surat kabar harian dilihat dari pekerjaan responden atau konsumen
 - Pekerjaan responden sebagian besar adalah pegawai swasta atau wiraswasta, yaitu sebanyak 73 responden.

- Sebagian besar responden pembaca surat kabar harian Kompas mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta / wiraswasta
 - Sebagian besar responden pembaca surat kabar harian Republika mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta / wiraswasta.
4. Surat kabar harian dilihat dari usia responden atau konsumen.
- Usia responden sebagian besar adalah berusia antara 17 tahun sampai dengan 27 tahun, yaitu sebanyak 59 responden.
 - Sebagian besar responden pembaca surat kabar harian Kompas berusia antara 17 tahun sampai dengan 27 tahun.
 - Sebagian besar responden pembaca surat kabar harian Republika berusia di atas 27 tahun.

5.1.2 Berdasarkan segmentasi pasar atas dasar post-hoc

Manfaat yang paling dominan diharapkan responden atau konsumen dalam membaca surat kabar harian terdapat pada cluster pertama. Manfaat – manfaat tersebut adalah :

Cluster pertama antara lain :

- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang politik.
- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang ekonomi dan bisnis.
- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang sosial.
- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang hukum.

Cluster kedua antara lain :

- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang iptek

- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang agama.
- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang pendidikan.

Cluster ketiga :

- Sebagai media hiburan
- Sebagai media bisnis.
- Memberi pelajaran tentang opini dan karangan ilmiah.

Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang politik, ekonomi, dan bisnis terdapat pada cluster pertama maka hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

5.2 Saran

1. Strategi pemasaran dilihat dari segi segmentasi demografik

Dalam melakukan strategi segmentasi pasar produsen perlu mempertimbangkan atas dasar :

- Surat kabar harian terhadap pendapatan konsumen.

Dari segi pendapatan, penerbit lebih memperhatikan manfaat dominan yang dicari oleh responden guna meningkatkan konsumen yang berpendapatan di bawah Rp 1.000.000.

- Surat kabar harian terhadap pendidikan terakhir konsumen.

Dari segi pendidikan terakhir, penerbit lebih memperhatikan manfaat dominan yang dicari oleh responden guna meningkatkan konsumen yang berpendidikan SMA dan Lain – lain.

- Surat kabar harian terhadap pekerjaan konsumen.

Dari segi pekerjaan, penerbit lebih memperhatikan manfaat dominan yang dicari oleh responden guna meningkatkan konsumen pada kelompok pegawai negeri dan mahasiswa atau pelajar.

- Surat kabar harian terhadap usia konsumen.

Dari segi usia, penerbit lebih memperhatikan manfaat dominan yang dicari oleh reponden guna meningkatkan konsumen pada kelompok usia di bawah 17 tahun dan di atas 27 tahun.

2. Strategi pemasaran dilihat dari segi segmentasi manfaat

Redaksi yang menerbitkan surat kabar harian lebih memperhatikan empat manfaat yang paling dominan bagi para pembaca surat kabar harian, keempat manfaat tersebut antara lain :

- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang politik.
- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang ekonomi dan bisnis.
- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang sosial.
- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang hukum.

Selain di atas perlu juga diperhatikan manfaat lain seperti :

- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang ilmu pengetahuan dan tekhnologi.
- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang religius (agama)
- Mendapatkan informasi/berita/pengetahuan tentang pendidikan.

- Sebagai media hiburan (cerita pendek, cerita bersambung dan lain – lain)
- Sebagai media bisnis (Pemasangan iklan dan produk baru).
- Memberi pelajaran tentang opini dan karangan ilmiah.

