

ABSTRAK

Sekolah *Design* Susan Budihardjo didirikan pada tahun 1980. Nama Susan Budihardjo diambil dari nama pendirinya sendiri. Sekolah *Design* Susan Budihardjo pertama kali didirikan di Jakarta. Karena kesuksesannya itu, maka Susan Budihardjo mendirikan beberapa sekolah lagi di berbagai tempat yaitu di : Surabaya, Bali, Semarang, dan Bandung. Disini penulis memfokuskan Sekolah *Design* Susan Budihardjo yang berlokasi di Kota Surabaya. Sekolah *Design* Susan Budihardjo yang ada di Surabaya tepatnya di Jalan Pucang Anom pada awalnya berjalan lancar, tetapi pada pertengahan tahun 2005 memiliki masalah *intern* yang cukup serius sehingga menyebabkan Sekolah *Design* tersebut harus ditutup sementara dan dipindah tangankan. Setelah merundingkan masalah tersebut maka Sekolah Susan Budihardjo dibuka kembali pada akhir tahun 2005 di Jalan Raya Gubeng. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik dari murid Susan Budihardjo, mengetahui dan menganalisis segmentasi berdasarkan gaya hidup dari murid Susan Budihardjo, mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam pola kursus di Susan Budihardjo, memberikan usulan perbaikan strategi pemasaran pada pihak Susan Budihardjo. Penulis melakukan penelitian awal dengan menyebarkan kuesioner pada murid Susan Budihardjo.

Dengan menggunakan analisis deskriptif diketahui mayoritas murid Susan Budihardjo berusia 21 – 30 tahun (44%), memiliki penghasilan Rp.2.000.001 – Rp.3.000.000,- (31%), pekerjaan murid mayoritas pelajar / mahasiswa (47%) dan surat kabar yang paling sering dibaca adalah Jawa Post (43%). Gaya hidup yang didapatkan dengan melihat frekuensi gaya hidup adalah gaya hidup *Achievement Factor* (39%) dan *High Profile* (53%). Berdasarkan analisis kuadran diketahui variabel yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kepuasan tinggi adalah pembaharuan materi (mean 3.87), lokasi strategis (mean 3.70), metode pengajaran (mean 4.07), fasilitas lengkap (mean 2.90), pelayanan yang baik (mean 3.13), karyawan bersikap ramah dan sopan (mean 3.17), pengadaan perlombaan di taraf nasional (mean 3.17), harga sesuai dengan materi yang diberikan (mean 3.50), variabel – variabel tersebut merupakan kelebihan dari Susan Budihardjo. Sedangkan variabel yang memiliki tingkat kepentingan tinggi tetapi memiliki tingkat kepuasan rendah adalah tersedianya kantin atau cafe (mean 2.27), pemasangan papan petunjuk disekitar jalan yang mengakses ke tempat kursus (mean 1.50), pemasangan iklan di media cetak (mean 2.00), adanya pameran hasil karya murid (mean 1.03), pemberian beasiswa bagi pemenang lomba (mean 1.03) variabel – variabel tersebut merupakan kelemahan dari Susan Budihardjo.

Dengan menggunakan analisis *crosstabs* diketahui bahwa hasil *Significance Value* dan Persentase sel yang nilainya kurang dari 5 hasilnya tidak *significant*.

Dari hasil analisis yang didapat, maka strategi pemasaran berdasarkan STPD dan 8P sebagai berikut : untuk segmentasi, Susan Budihardjo mengutamakan gaya hidup *Achievement Factor* (39 %) dan *High Profile* (53%) dan hasil deskriptifnya adalah memiliki penghasilan Rp.2.000.001 – Rp.3.000.000,- (31%), mayoritas berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak (63%). Untuk *targetingnya* konsumen relatif berusia 21 tahun hingga usia 30 tahun, memiliki pekerjaan sebagai pelajar dan mahasiswa. *Positioning* untuk kelebihan Susan Budihardjo : pembaharuan materi, lokasi strategis, metode pengajaran, metode pengajaran, fasilitas lengkap, pelayanan baik, karyawan bersikap ramah dan sopan, pengadaan perlombaan di taraf nasional, harga sesuai materi yang diberikan. Kelemahan Susan Budihardjo : memiliki kantin atau cafe, pemasangan papan petunjuk di sekitar jalan yang mengakses ke tempat kursus, pemasangan iklan di media cetak, adanya pameran hasil karya murid, pemberian beasiswa bagi pemenang lomba. Untuk Diferensiasi dari Susan Budihardjo adalah pembaharuan materi, metode pengajaran, fasilitas yang lengkap, pelayanan yang baik, harga kursus.