

**SEGMENTASI PELANGGAN MENGGUNAKAN ANALISA MODEL  
RFM DAN PENDEKATAN SCP  
PADA PERUSAHAAN COMPRESSED NATURAL GAS  
PT ARTHA PRIMA ENERGY**

**TESIS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen



**SHOFI HANA DELANI  
2201021003**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar**

**Nama : SHOFI HANA DELANI**

**NIM : 2201021003**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 27 Agustus 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh

Nama : Shofi Hana Delani  
NIM : 2201021003  
Program Studi : Magister Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Tesis : SEGMENTASI PELANGGAN MENGGUNAKAN DAN  
ANALISA MODEL RFM PENDEKATAN SCP PADA PERUSAHAAN  
COMPRESSED NATURAL GAS PT ARTHA PRIMA ENERGY

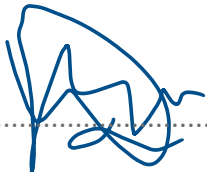
**Telan berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie.**

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, S.T.,M.M.

.....)

Penguji : Ir. Deddy Herdiansjah, MSc, MBA, Ph.D.

  
(.....)

Penguji : Arief Suharko, Ph.D

  
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2024

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Penelitian ini tidak akan mungkin terwujud tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari banyak pihak yang dengan tulus hati memberikan waktu, tenaga, dan pemikirannya.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Jerry Haikal, S.T., M.M selaku pembimbing utama, yang telah dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, dan masukan berharga selama proses penulisan tugas akhir ini. Tidak hanya memberikan panduan akademis tetapi juga semangat dan motivasi yang sangat berarti bagi saya. Kehadiran dan dukungan Bapak telah memberikan inspirasi dan dorongan yang tak ternilai untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Arief Suharko, Ph.D, atas masukan kritis dan dukungan selama penelitian ini berlangsung. Terima kasih atas kesediaan waktu dan perhatian yang diberikan untuk membaca, mengoreksi, dan memberikan saran yang konstruktif.
3. Keluarga tercinta, terutama suami saya, Riza Maulana Ridwan, dan anak saya, Alula Kyra Rayshila Ridwan. Terima kasih atas dukungan, dan pengertian yang tak terhingga. Suami saya, terima kasih telah menjadi pilar kekuatan saya, selalu memberikan semangat dan dorongan yang tak pernah putus. Anakku, terima kasih atas pengertian dan kesabaran selama masa-masa sibuk ini. Kehadiran kalian adalah sumber kebahagiaan dan inspirasi yang tak ternilai.
4. Orang tua tersayang, Nining Kustiningsih dan Olan Zaelani yang telah memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan tanpa batas sepanjang hidup saya. Terima kasih atas segala pengorbanan dan cinta yang tak pernah berhenti kalian berikan. Bimbingan, dukungan moral, dan doa kalian adalah sumber kekuatan yang selalu mendorong saya untuk meraih yang terbaik.
5. Ibu Yuyu Yuniarsih, Ibu mertua tersayang yang selalu memberikan dukungan serta doa yang tidak terputus kepada saya, memberikan cinta dan semangat yang tidak pernah berhenti untuk melanjutkan penelitian ini.
6. Kakak, Adik kandung dan Kakak Ipar saya yang selalu memberikan semangat dan motivasi saya untuk terus maju dan melanjutkan penelitian ini sampai selesai.
7. Rekan-rekan seperjuangan penulis Awalludin, Gideon Dian Permana, Widya Handayani, dan Andara Widjayanto yang selalu memberikan dukungan moral, semangat, dan berbagi pengalaman selama masa studi ini. Persahabatan dan

kolaborasi telah menjadi sumber kekuatan dan motivasi, serta membantu mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi sepanjang perjalanan ini. Terima kasih atas kebersamaan dan kerjasama yang luar biasa.

8. Teman-teman penulis yang telah banyak membantu dan menyemangati saya sejak awal perkuliahan hingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Teman-teman seperjuangan kelas Magister Management Batch XV yang secara keseluruhan sangat dan saling mendukung serta berjuang bersama dalam mengerjakan penelitian ini.
10. Seluruh dosen Magister Management Universitas Bakrie yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan wawasan yang luas selama masa studi saya. Setiap mata kuliah yang diajarkan telah memperkaya pengetahuan dan keterampilan saya, yang menjadi dasar penting dalam penulisan tesis ini. Terima kasih atas dedikasi dan komitmen dalam membimbing serta mendidik kami.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen serta bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.

Jakarta, 27 Agustus 2024

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Shofi Hana Delani

NIM : 2201021003

Program Studi : Magister Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Hasil Penelitian

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**SEGMENTASI PELANGGAN MENGGUNAKAN ANALISA MODEL  
RFM DAN PENDEKATAN SCP PADA PERUSAHAAN  
COMPRESSED NATURAL GAS PT ARTHA PRIMA ENERGY**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



(Shofi Hana Delani)

**SEGMENTASI PELANGGAN MENGGUNAKAN ANALISA MODEL  
RFM DAN PENDEKATAN SCP PADA PERUSAHAAN  
COMPRESSED NATURAL GAS  
PT ARTHA PRIMA ENERGY**

**ABSTRAK**

Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, terutama di industri hilir gas bumi yang ketentuan dan regulasi diatur oleh pemerintah. PT Artha Prima Energy, perusahaan swasta yang mendistribusikan Compressed Natural Gas (CNG) di Indonesia sejak 2017, menghadapi tantangan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan terus berinovasi agar tetap kompetitif.

Penelitian ini mengevaluasi strategi segmentasi pelanggan menggunakan model RFM (Recency, Frequency, Monetary) serta menganalisis pasar melalui pendekatan SCP (Structure-Conduct-Performance). Analisis RFM mengungkapkan bahwa 36,9% pelanggan PT Artha Prima Energy tergolong sangat loyal, 21,4% cukup loyal, dan 19% kurang loyal. Diperlukan strategi penargetan dan value proposition yang lebih spesifik untuk meningkatkan loyalitas, terutama di segmen pelanggan yang kurang atau tidak loyal. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa pangsa pasar PT Artha Prima Energy mencapai 14,29%, menempatkannya dalam lingkungan oligopoli dengan persaingan yang ketat.

Untuk memperkuat posisinya di pasar, PT Artha Prima Energy disarankan menerapkan strategi diferensiasi produk, penetrasi pasar yang lebih agresif, serta program loyalitas yang lebih terfokus. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan mendorong pertumbuhan perusahaan di industri CNG.

**ABSTRACT**

*Competition in the business world is becoming increasingly intense, particularly in the downstream natural gas industry, which is heavily regulated by the government. PT Artha Prima Energy, a private company distributing Compressed Natural Gas (CNG) in Indonesia since 2017, faces the challenge of maintaining customer loyalty while continuously innovating to remain competitive.*

*This study evaluates customer segmentation strategies using the RFM (Recency, Frequency, Monetary) model and analyzes the market through the SCP (Structure-Conduct-Performance) approach. The RFM analysis reveals that 36.9% of PT Artha Prima Energy's customers are highly loyal, 21.4% are moderately loyal, and 19% are less loyal. More targeted strategies and a refined value proposition are needed to enhance loyalty, particularly among the less loyal customer segments. Furthermore, the study finds that PT Artha Prima Energy holds a 14.29% market share, placing the company in a highly competitive oligopolistic environment.*

*To strengthen its market position, PT Artha Prima Energy is advised to implement product differentiation strategies, pursue more aggressive market penetration, and focus on targeted loyalty programs. These measures are expected to increase market share, sustain customer loyalty, and drive the company's growth in the CNG industry.*



## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	5
<b>1.5 Batasan Masalah</b> .....	6
<b>BAB II</b> .....	7
<b>KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	7
<b>2.1 Grand Theory</b> .....	7
<b>2.1.1 Segmentasi Pelanggan</b> .....	7
<b>2.1.2 Tipe Segmentasi Pelanggan</b> .....	8
<b>2.1.3 Loyalitas Pelanggan</b> .....	9
<b>2.1.4 Analisis SCP (Structure, Conduct, and Performance)</b> .....	10
<b>Struktur</b> .....	11
<b>Perilaku</b> .....	11
<b>Kinerja</b> .....	14
<b>2.1.5 RFM</b> .....	14
<b>2.1.6 PT Artha Prima Energy</b> .....	17
<b>2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu</b> .....	20
<b>2.3 Kerangka Pemikiran</b> .....	28
<b>BAB III</b> .....	29
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	29
<b>3.1 Tahapan Penelitian</b> .....	29
<b>3.1.1 Analisis RFM</b> .....	29
<b>3.1.2 Analisis SCP (Structure, Conduct, Performance)</b> .....	31
<b>3.2 Variabel Penelitian</b> .....	32
<b>3.3 Definisi Operasional Variabel</b> .....	32
<b>3.4 Jenis dan Sumber Data</b> .....	33
<b>3.4.1 Jenis Data</b> .....	33

<b>3.4.2 Sumber Data</b> .....	33
<b>3.5 Data yang diolah berdasarkan metode RFM</b> .....	33
3.5.1 <i>Recency</i> .....	34
3.5.2 <i>Frequency</i> .....	34
3.5.3 <i>Monetary</i> .....	34
<b>3.6 Teknik Analisis Data</b> .....	34
<b>3.6.1 Mendefinisikan skala atribut RFM</b> .....	35
<b>BAB IV</b> .....	37
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	37
<b>4.1 Deskripsi Objek Penelitian</b> .....	37
<b>4.2 Pemahaman Data</b> .....	38
<b>4.3 Pengolahan Data</b> .....	39
4.3.1 Mengimpor data pustaka .....	39
4.3.2 Memuat data .....	39
4.3.3 Memeriksa data pustaka .....	40
4.3.4 Menghitung <i>Recency</i> .....	40
4.3.5 Pengelompokan <i>Frequency</i> dan <i>Monetary</i> .....	42
4.3.6 Penggantian kolom berdasarkan RFM .....	43
4.3.7 Memberikan Peringkat Pelanggan berdasarkan <i>Recency</i> , <i>Frequency</i> dan <i>Monetary</i> .....	43
4.3.8 Menghitung Skor RFM .....	45
4.3.9 Memberi peringkat berdasarkan skor RFM .....	47
4.3.10 Segmen Pelanggan .....	47
<b>4.4 Interpretasi Hasil</b> .....	48
<b>4.5 Analisis Struktur</b> .....	49
4.5.1 Market Share .....	50
4.5.2 Concentration Ratio (CR).....	50
<b>BAB V</b> .....	52
<b>KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN</b> .....	52
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	52
<b>5.2 Saran</b> .....	53
<b>5.3 Keterbatasan Penelitian</b> .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	61