

**ANALISIS PERUBAHAN SEGMENTASI PELANGGAN PADA
DISTRIBUTOR BENIH JAGUNG DI SULAWESI
MENGUNAKAN METODE RFM BERBASIS DATA
TRANSAKSI 2024-2025**

TESIS



**SYAHRUNI ARYANTI
2241021050**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAGEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

**ANALISIS PERUBAHAN SEGMENTASI PELANGGAN PADA
DISTRIBUTOR BENIH JAGUNG DI SULAWESI
MENGUNAKAN METODE RFM BERBASIS DATA
TRANSAKSI 2024-2025**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen**



**SYAHRUNI ARYANTI
2241021050**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAGEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Syahruni Aryanti

NIM : 2241021050

Tanda Tangan : 

Tanggal : 21 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh

Nama : Syahruni Aryanti

NIM : 2241021050

Program Studi : Magister Manajemen

Judul Tesis : Analisis Perubahan Segmentasi Pelanggan pada Distributor Benih Jagung di Sulawesi Menggunakan Metode RFM Berbasis Data Transaksi 2024-2025

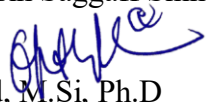
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, ST, MM 

Penguji : Prof. Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD


Muchsin

Penguji : Ovalia, S.Pd, M.Si, Ph.D 

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 September 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan baik. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen (M.M.) Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Di balik lembar demi lembar tesis ini, terukir sebuah perjalanan panjang yang melampaui batas ruang kelas dan angka-angka statistik. Penulis sepenuhnya menyadari bahwa runtunan kalimat dan analisis dalam karya ini tidak akan pernah mencapai titik akhirnya tanpa kehadiran tangan-tangan baik, bimbingan yang tulus, serta sandaran semangat yang mengiringi setiap langkah penulis sejak awal masa perkuliahan. Oleh karena itu, dengan rasa hormat dan takzim yang mendalam, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Jerry Heikal, ST, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran untuk mengarahkan, mendidik, serta memberikan sudut pandang berharga kepada penulis sepanjang penyusunan Tesis ini
2. Pihak distributor dan seluruh responden yang telah memberikan izin, keterbukaan, serta bantuan yang sangat besar dalam proses pengumpulan data penelitian penulis
3. Kedua Orang tua saya H. A. Manggaukang Said dan Hj. A. Salmah Yacub, anakku tercinta Andi Mulqi Abqary, jangkar yang membuat penulis tetap membumi dan sayap yang membuat penulis berani terbang tinggi. Terima kasih atas cinta yang tak beralasan, doa-doa sunyi yang melangit di setiap sepertiga malam, serta pengorbanan moral maupun material yang menjadi bahan bakar utama bagi penulis untuk menyelesaikan baris demi baris perjuangan akademis ini:

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pihak-pihak yang membutuhkannya.

Jakarta, September 2026

Penulis

Syahrini Aryanti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syahrini Aryanti
NIM : 2241021050
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Analisis Perubahan Segmentasi Pelanggan pada Distributor Benih Jagung di Sulawesi Menggunakan Metode RFM Berbasis Data Transaksi 2024-2025

demikian 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:

Analisis Perubahan Segmentasi Pelanggan pada Distributor Benih Jagung di Sulawesi Menggunakan Metode RFM Berbasis Data Transaksi 2024-2025

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis 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 : 21 September 2026

Yang menyatakan



(Syahrini Aryanti)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
1. PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
2.TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Konsep Segmentasi Pasar	Error! Bookmark not defined.
2.2 Perilaku Konsumen dalam Agribisnis	Error! Bookmark not defined.
2.3 Teori Data-Driven Marketing	Error! Bookmark not defined.
2.4 Teori Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Teori Customer Lifetime Value (CLV)	Error! Bookmark not defined.
2.6 Data Mining dan Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.7 Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.8 Metode RFM (Recency, Frequency, Monetary).....	Error! Bookmark not defined.
2.9 Analisis Dinamika Segmentasi Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.10 Pain Value dalam Pemasaran Agribisnis.....	Error! Bookmark not defined.
2.11 Online Value Proposition (OVP).....	Error! Bookmark not defined.
2.12 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.13 Kerangka Berfikir	Error! Bookmark not defined.
3.METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.

3.1 Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.8 Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
3.9 Etika Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.10 Keterbatasan Metodologi.....	Error! Bookmark not defined.
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Analisis Segmentasi RFM Tahun 2024	Error! Bookmark not defined.
4.2 Analisis Segmentasi RFM Tahun 2025	Error! Bookmark not defined.
4.3 Analisis Perubahan Segmentasi 2024 - 2025	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Retention, Upgrade, dan Downgrade Antar Segmen.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Tingkat Retensi dan Churn Berdasarkan Segmen	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Implikasi terhadap Dinamika Basis Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
4.4 Analisis <i>Pain Value</i> dan <i>Shared Pain Value</i> Berdasarkan Wawancara Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Latar Belakang Analisis Kualitatif..	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Hasil Pengodean dan Pembentukan Tema	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Pengelompokan Pelanggan Berdasarkan Karakteristik <i>Pain</i>	Error! Bookmark not defined.
4.4.4 Interpretasi Hasil Analisis <i>Pain Value</i> Berdasarkan Kelompok Segmen	Error! Bookmark not defined.
4.4.5. Perumusan Integrasi OVP dan Taktik Price	Error! Bookmark not defined.
4.5 Diskusi Integratif Hasil Segmentasi RFM dan Wawancara Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Perubahan Segmen dan Keberlanjutan Transaksi Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.2 Keterangan Informan dalam Menjelaskan Penurunan Segmen...	Error! Bookmark not defined.
4.5.3 Kesesuaian Rekomendasi dengan Kendala Pelanggan	Error! Bookmark not defined.

4.5.4 Perumusan OVP dan Peran Saluran Digital	Error! Bookmark not defined.
4.5.5 Kedudukan Simulasi dalam Penilaian Usulan Pembayaran.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.6 Evaluasi Rekomendasi dan Batas Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.3 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	83

DAFTAR GAMBAR

1.1	Total Nilai Transaksi (dalam Rupiah) Tahun 2023-2025	4
1.2	Perkembangan Ticket Size Transaksi Tahun 2023–2025	5
2.1	Kerangka Berfikir	19

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	16
3.1 Kombinasi Segmentasi	29
4.1 Hasil Crosstabulation SPSS Tahun 2024	35
4.2 Hasil Segmentasi Pelanggan Tahun 2024	36
4.3 Hasil Crosstabulation SPSS Tahun 2025	39
4.4 Hasil Segmentasi Pelanggan Tahun 2025	40
4.5 Perubahan Segmentasi Berdasarkan Match ID Tahun 2024 dan 2025	43
4.6 Matriks Perubahan Segmentasi RFM Tahun 2024-2025	46
4.7 Pengodean Tuturan Informan dan Pembentukan Tema	52
4.8 Pain Value dan Shared Pain Value per Kelompok Segmen	53
4.9 Asumsi Dasar Perhitungan	57
4.10 Analisis Arus Kas dan Kebutuhan Modal Kerja Bulanan	59
4.11 Ringkasan Perbandingan Finansial Bulanan	63
4.12 Rencana Implementasi Skema 40 Hari Free Bunga	66

DAFTAR LAMPIRAN

1. Tabel Downgrade Segmentasi 2024–2025	83
2. Tabel Verbatim Berdasarkan Wawancara Pelanggan	86

ABSTRAK

Peningkatan nilai penjualan pada distributor benih jagung belum cukup untuk menjelaskan keberlanjutan transaksi dan perubahan perilaku pembelian pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis perubahan segmentasi pelanggan pada distributor benih jagung di Sulawesi, mengidentifikasi kendala yang disampaikan pelanggan yang mengalami penurunan segmen, serta merumuskan rekomendasi Online Value Proposition. Penelitian menggunakan metode campuran dengan desain sequential explanatory. Analisis kuantitatif dilakukan terhadap data transaksi menggunakan pendekatan Recency, Frequency, dan Monetary serta matriks perpindahan segmen berdasarkan identitas pelanggan yang sama antarperiode. Analisis dilanjutkan dengan wawancara mendalam terhadap pelanggan yang dipilih secara purposif berdasarkan perubahan segmennya. Data wawancara dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi kendala dan kebutuhan pelanggan.

Hasil analisis menunjukkan adanya perpindahan pelanggan ke segmen yang lebih tinggi maupun lebih rendah, termasuk penurunan segmen pada sebagian pelanggan yang sebelumnya memiliki aktivitas dan nilai pembelian tinggi. Perpindahan tersebut menunjukkan perubahan posisi pelanggan berdasarkan karakteristik transaksi dan tidak secara langsung membuktikan penurunan loyalitas. Wawancara mengidentifikasi kendala berupa harga yang dinilai kurang kompetitif, keterbatasan tempo pembayaran, kebutuhan pendampingan lapangan, serta keterbatasan daya beli pelanggan akhir. Sebagian informan juga menyampaikan penurunan permintaan benih akibat peralihan komoditas pertanian. Temuan tersebut menunjukkan perlunya membedakan kendala yang berkaitan dengan kebijakan distributor dari perubahan kebutuhan pasar.

Integrasi hasil segmentasi dan wawancara menjadi dasar perumusan rekomendasi nilai yang mencakup penyesuaian syarat pembayaran, penyediaan informasi melalui saluran digital, dan layanan pendampingan sesuai kebutuhan pelanggan. Penelitian menyimpulkan bahwa analisis transaksi dan penjelasan pelanggan saling melengkapi dalam menentukan prioritas pemasaran. Rekomendasi yang dihasilkan masih bersifat konseptual sehingga pengaruhnya terhadap pembelian ulang, retensi pelanggan, dan kinerja distributor perlu diuji melalui implementasi lapangan.

Kata kunci: segmentasi pelanggan, RFM, perpindahan segmen, analisis tematik, Online Value Proposition.