

**SEGMENTASI STAKEHOLDERS LEMBAGA PENDIDIKAN
ANAK USIA DINI (PAUD) BERDASAR PSIKOGRAFI
(Studi Pada PAUD Al-Qur'an Kepuharjo Karangploso Malang)**

SKRIPSI

Oleh
RIFQIYATUZ ZUHRIA
NIM : 06610010



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2010**

**SEGMENTASI STAKEHOLDERS LEMBAGA PENDIDIKAN
ANAK USIA DINI (PAUD) BERDASAR PSIKOGRAFI
(Studi Pada PAUD Al-Qur'an Kepuharjo Karangploso Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh

RIFQIYATUZ ZUHRIA

NIM : 06610010



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2010

LEMBAR PERSETUJUAN

**SEGMENTASI STAKEHOLDERS LEMBAGA PENDIDIKAN
ANAK USIA DINI (PAUD) BERDASAR PSIKOGRAFI
(Studi Pada PAUD Al-Qur'an Kepuharjo Karangploso Malang)**

SKRIPSI

Oleh

RIFQIYATUZ ZUHRIA
NIM : 06610010

Telah Disetujui 26 Maret 2010

Dosen Pembimbing,

Dr. H. Masyhuri, Ir., MP

Mengetahui :
Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP 19550302 198703 1 004

LEMBAR PENGESAHAN

**SEGMENTASI STAKEHOLDERS LEMBAGA PENDIDIKAN
ANAK USIA DINI (PAUD) BERDASAR PSIKOGRAFI
(Studi Pada PAUD Al-Qur'an Kepuharjo Karangploso Malang)**

SKRIPSI

Oleh

**RIFQIYATUZ ZUHRIA
06610010**

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada tanggal

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua Penguji M. Fatkhur Rozi, SE., MM	()
2. Sekretaris/pembimbing Dr. H. Masyhuri, Ir., MP	()
3. Penguji Utama Drs. HA. Muhtadi Ridwan, MA NIP 19950302 198703 1 004	()

Disahkan Oleh :
Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP 19950302 198703 1 004

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Rifqiyatuz Zuhria
NIM : 06610010
Alamat : Jl. Kelapa Sawit 33 Pisang Candi Malang

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**SEGMENTASI STAKEHOLDERS LEMBAGA PENDIDIKAN ANAK
USIA DINI (PAUD) BERDASAR PSIKOGRAFI
(Studi Pada PAUD Al-Qur'an Kepuharjo Karangploso Malang)**

adalah hasil karya sendiri, bukan "duplikasi" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari saya ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggungjawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggungjawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 26 Maret 2010
Hormat saya

Rifqiyatuz Zuhria
NIM 06610010

LEMBAR PERSEMBAHAN

Hamdan syukran laka ya Allah...

Hamdan syukran laka ya Rasulullah...

Persembahan penulisan skripsi ini untuk abah umi yang senantiasa memberikan yang terbaik untuk putra putrinya,,

Semoga Allah SWT senantiasa berkenan memberikan Kasih Sayang-Nya dan tidak membiarkan air mata abah umi jatuh karena kesedihan, jika harus ada air mata, biarlah air mata kebahagiaan yang menetes.....

Putrimu yang senantiasa berusaha memberikan yang terbaik untuk Abah Umi berdua.....

RifQiyatuz ZuhRia.....

*Thank's to my Family
mas Aziz, mas Yusli, mbak Dewi, mbak Alif, mas Hasyim, Akbar, Ila, Nur Rahma, mbah Turen, mbah Mergan, bude2, bule'2.....*

*Thank's to my Teacher's
-K.H. Nisful Laila, pengasuh Pon-Pes Asy-Syifa', salam ta'dhim qlo,,
-Guru-guru TK Muslimat NU 26 Malang, SDN Pisang Candi V Malang, SLTPN 1 Sumber Jambe Jember, MAN 3 Malang, Dozen2 UIN MALIKI Malang
-Asatidz MAKN 3 Malang,
-Neng Isma Dinia, my motivator,,*

*,, yang senantiasa berusaha menjadi kebanggaan Anda semua....
RifQiyatuz ZuhRia.....*

Tanpa kalian.....

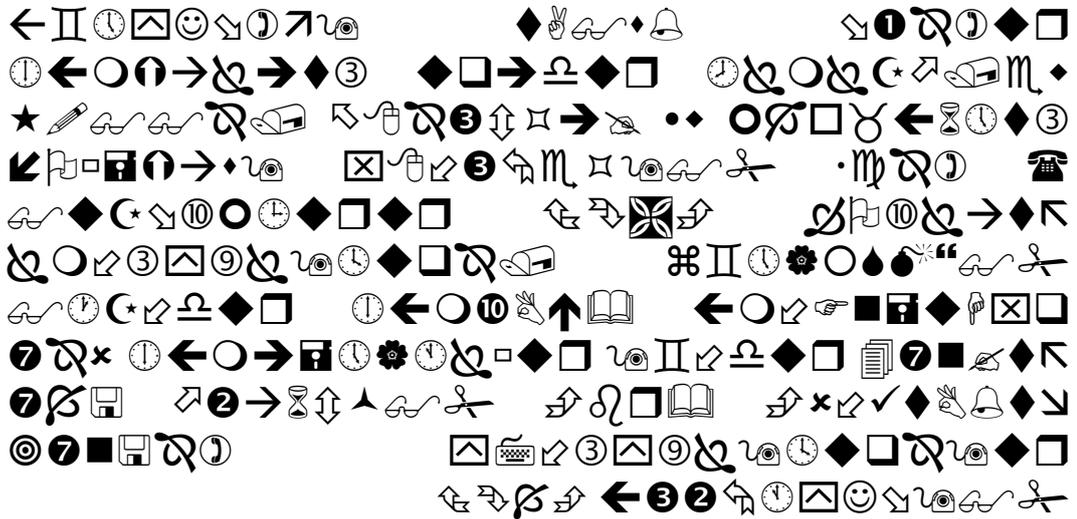
Aku Bukan Apa-Apa.....

Untuk teman-temanQ yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu,, AzA, Lu2k, teman-teman fakultas Ekonomi Manajemen khususnya angkatan 06, teman2 mantan kamar Ibnu Rusyd 14, mantan kamar Khadijah 20, Khadijah 28, USA 20, dan the big family of HTQ (Hai'ah Tahfidz Al-Qur'an), mas2Q, mbak2Q terima kasih untuk semuanya, terima kasih sudah bersedia tak repotkan dan bersedia memanjakanku ^_^

Semoga Allah SWT berkenan membalas kebaikan kalian dengan kebaikan yang belipat-lipat..amin.....

Your friend.....RifQiyatuz ZuhRia...

MOTTO



Dan (Ingatlah) ketika Luqman berkata kepada anaknya, di waktu ia memberi pelajaran kepadanya: "Hai anakku, janganlah kamu mempersekutukan Allah, Sesungguhnya mempersekutukan (Allah) adalah benar-benar kezaliman yang besar".

Dan Kami perintahkan kepada manusia (berbuat baik) kepada dua orang tua ibu- bapanya; ibunya telah mengandungnya dalam keadaan lemah yang bertambah- tambah, dan menyapihnya dalam dua tahun. bersyukurlah kepada-Ku dan kepada dua orang ibu bapakmu, hanya kepada-Kulah kembalimu.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, Tuhan yang Maha Tunggal, Pencipta Alam semesta beserta isinya dan tempat berlindung bagi Umat-nya. Shalawat berangkai salam senantiasa tercurah pada junjungan Nabi Besar Muhammad Saw.

Tiada kata yang pantas keluar dari bibir ini melainkan *Alhamdulillahirobbil'alamin* atas anugerah Kasih Sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dengan judul **”Segmentasi Stakeholders Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Berdasar Psikografi (Studi Pada PAUD Al-Qur’an Kepuharjo Karangploso Malang)”**.

Penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan berkat motivasi, bantuan, do’a, bimbingan dan arahan, serta adanya kerja sama dari berbagai pihak. Untuk itu, iringan do’a dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Drs. HA. Muhtadi Ridwan, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Achmad Sani Supriyanto, SE.Msi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

4. Dr. H. Masyhuri, Ir., MP, selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas bimbingan, pengarahan, dan kesabarannya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang beserta jajarannya, yang senantiasa memberikan ilmu, membimbing, dan memberikan pengarahan selama perkuliahan.
6. Abah Umi tercinta, yang dengan sepenuh hati memberikan dukungan moril maupun spiritual sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT akan selalu melimpahkan rahmat dan balasan yang tiada tara pada semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan-kekurangan, walaupun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin untuk membuat yang terbaik. Untuk itu dengan segala kerendahan hati dan dengan tangan terbuka penulis mengharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca skripsi ini

Akhirnya dengan harapan mudah-mudahan penyusunan laporan yang sederhana ini bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang 26 Maret 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang..	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Segmentasi Psikografi.....	12
2.2.1 Definisi Segmentasi.	12
2.2.2 Segmentasi Psikografi.....	12
2.2.3 Gaya Hidup.....	13
2.3 Segmentasi Psikografi dalam Perspektif Islam.	19
2.3.1 Segmentasi dalam Islam.....	19
2.3.2 Tipologi Kepribadian Manusia dalam Islam.....	20
2.3.3 Bentuk-Bentuk Tipologi Kepribadian dalam Islam.....	21
2.3.4 Kepribadian Mukmin.....	23
2.3.5 Kepribadian Muslim.....	28
2.3.6 Kepribadian Muhsin.....	33
2.4 Kerangka Konsep.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Lokasi Penelitian.....	38
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	38
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.4 Bentuk Data dan Jenis Data.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.7 Tahap Pengolahan Data.....	43

3.7.1 Pengukuran Variabel.....	43
3.7.2 Pengukuran Rentang Kriteria.....	43
3.7.3 Pengukuran Validitas dan Reliabel Instrumen.....	45
3.8 Model Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	51
4.2 Karakteristik Responden	53
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	58
4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	60
4.4.1 Deskripsi Kelompok.....	61
4.5 Analisa Cluster	65
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.7 Implikasi Penelitian.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1. Kesimpulan	98
5.2. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	11
Tabel 3.1 : Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2 : Skala Likert.....	43
Tabel 3.3 : Rentang Nilai Skor Jawaban Responden	44
Tabel 4.1 : Gambaran Singkat Komposisi Responden	55
Tabel 4.2 : Tabulasi Silang Informasi Responden	56
Tabel 4.3 : Alasan Memilih PAUD-Q	57
Tabel 4.4 : Rekapitulasi Hasil Uji Validitas (Tahap I)	59
Tabel 4.5 : Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Tahap II)	60
Tabel 4.6 : Ringkasan Tabulasi Jawaban Responden Tiap Kelompok	61
Tabel 4.7 : Ringkasan Distribusi Frekuensi Kelompok Aktifitas	62
Tabel 4.8 : Ringkasan Distribusi Frekuensi Kelompok Minat	63
Tabel 4.9 : Ringkasan Distribusi Frekuensi Kelompok Pendapat	64
Tabel 4.10 : <i>Initial Cluster Centers</i>	66
Tabel 4.11 : <i>Iteration History</i>	66
Tabel 4.12 : <i>Final Cluster Centers</i>	67
Tabel 4.13 : Anova	71
Tabel 4.14 : <i>Number of Cases in Each Cluster</i>	72
Tabel 4.15 : <i>Cluster Membership</i>	73
Tabel 4.16 : <i>Initial Cluster Centers II</i>	75
Tabel 4.17 : <i>Iteration History II</i>	75
Tabel 4.18 : <i>Final Cluster Centers II</i>	76
Tabel 4.19 : <i>Number of Cases in Each Cluster II</i>	76
Tabel 4.20 : Matrix Relevansi Tujuan Analisis dan Hasil	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Konsep.	37
Gambar 4.1 : Diagram Batang alasan Memilih dan sumber informasi	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Koesioner
- Lampiran 2 : Informasi Responden
- Lampiran 3 : Uji Validitas Tahap I
- Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas Tahap II
- Lampiran 5 : Ringkasan Tabulasi Jawaban Resonden
- Lampiran 6 : Hasil Analisa Cluster Tahap I
- Lampiran 7 : Uji Validitas dan Reliabilitas Analisa Cluster Tahap II

ABSTRAK

Rifqiyatuz Zuhria, 2010 SKRIPSI. Judul: " Segmentasi Stakeholders Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Berdasar Psikografi (Studi Pada PAUD Al-Qur'an Kepuharjo Karangploso Malang)"

Pembimbing : Dr. H. Masyhuri, Ir., MP

Kata Kunci : Segmentasi, Psikografi, Analisa Cluster

Seiring dengan perkembangan dunia pendidikan yang semakin pesat dan hadirnya model-model pendidikan modern, PAUD-Q merupakan salah satu pendatang baru yang bergerak di bidang pendidikan anak usia dini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmen apa saja yang terdapat pada PAUD Al-Qur'an, dengan mengetahui segmen tersebut akan mengetahui karakteristik dari konsumen PAUD Al-Qur'an yang bisa menggambarkan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga nantinya dapat pula dijadikan sebagai acuan untuk lembaga sekolah yang setara dengan PAUD Al-Qur'an, baik setara tingkat pendidikannya, maupun kurikulum (berlandaskan Islam) dalam menyusun strategi yang tepat untuk mengembangkan lembaganya. Peneliti tertarik untuk meneliti segmentasi konsumen PAUD Al-Qur'an karena lembaga PAUD Al-Qur'an relatif baru dan masih perlu mengetahui informasi mengenai karakteristik konsumennya untuk menyusun strategi-strategi yang lebih baik.

Pengujian ini dilakukan menggunakan analisa cluster dengan metode k-means cluster dengan mempertimbangkan uji validitas dan reliabilitas item pertanyaan-pertanyaannya. Setelah cluster terbentuk, cluster tersebut diuji kembali validitas dan reliabelnya.

Dari hasil analisis k-means cluster dengan menentukan tiga cluster yang akan terbentuk, maka diperoleh hasil bahwa segmentasi pada PAUD Al-Qur'an terbagi kedalam tiga kategori, yaitu modernis spiritualis (52%) dengan karakteristik senang memelihara tanaman disekitar rumahnya, senang melaksanakan ibadah sunnah, selalu mencari info terbaru, senang berolah raga, senang hal baru dan berbeda, senang mengikuti trend, suka memaafkan, seorang yang berpendidikan, dan memiliki solidaritas yang tinggi yang ditunjukkan dengan memiliki keharusan untuk membantu orang lain. Perfeksionis spiritualis (36%) dengan karakteristik senang terhadap kerapian dan Profesional spiritualis (12%) memiliki karakteristik senang dengan pekerjaan yang digeluti, *wajilat qulubuhum* (bergerak hatinya bila mendengar lafadz Allah disebut), melaksanakan solat lima waktu dengan rutin, selalu melakukan hal-hal yang penting baginya, seorang yang mengenakan pakaian yang menutup aurat, senang berada dalam suatu kelompok, seorang yang senang membuat sesuatu daripada membeli, memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi, memiliki kelebihan yang tidak semua orang memiliki, seorang yang memiliki konsisten yang tinggi, dan menganggap segala aktifitas yang dilakukannya merupakan bentuk ibadah kepada Allah SWT.

ABSTRACT

Rifqiyatuz Zuhria. 2010, Thesis. Entitled: "Segmentation of Stakeholders early children education (PAUD) on the basis of psychographics (The Research on the PAUD Al-Qur'an Kepuharjo Karangploso Malang)"

Advisor: Dr. H. Masyhuri, Ir., MP

Key Words: segmentation, psychographic, cluster analysis

Along with the recent vast development of education and the presence of modern education models, PAUD-Q is one of the newcomers concerning on early childhood education. This study aims to determine the segmentation covered of PAUD Al-Qur'an which is further be used to describe the wishes and needs of stakeholders so that this information can also be used as a reference for school institutions which is equivalent to PAUD Al-Qur'an, both equivalent to the level of education and curriculum (based on Islam) in formulating the right strategy to develop its institutions. The writer is interested in studying stakeholders segmentation on PAUD Al-Qur'an because the PAUD Al-Qur'an institutions is relatively new and still requiring much information about the characteristics of its stakeholders to develop better strategies.

The test is performed using cluster analysis with K-means clustering method by considering the validity and reliability of test items. After the cluster is formed, the cluster validity and reliability is tested again.

Employing K-means cluster analysis to determine the three clusters that will be formed, the result suggests that segmentation in PAUD Al-Qur'an is divided into three categories. The modernist spiritualism (52%) with good characteristics, such as to maintain plants around the house, happy to practice their recommended worships (sunna), always look for the latest info, glad to exercise, like anything new and different, happy to follow the trend, like forgiveness, a well-educated, and have high solidarity. Spiritualist perfectionist (36%) with good characteristics of neatness and Professional spiritualist (12%) this group love their work, *wajilat qulubuhum* (shaking his heart when they heard God being called), performing prayers five times a day with a routine, always doing things important to him/her, wearing clothes that cover the private parts, like being in a group, being happier to make something than buying, having a high sense of self-confidence, has unique characteristics, having a good commitment and believing that all the activities done is only to worship to Allah SWT.

المستخلص

زهريّة، رفقية، 2010. البحث العلمي. الموضوع: " التقطيع في تنمية الطفولة المبكرة المستهلك الفعال استنادا منهج" (دراسة في تنمية الطفولة المبكرة القراءن كفوهرجو كارانج بلوسو مالانخ)
المشرف : الدكتور ماشهورى، الماجستير

الكلمات الرئيسية : تقطيع ، منهج ، تحليل الكتلة

جنباً إلى جنب مع تنمية التعليم بسرعة متزايدة ، ووجود نماذج التعليم الحديثة ، في مرحلة الطفولة المبكرة في قطر و هي واحدة الوافد الجديد الذي تعمل في مجال التعليم في مرحلة الطفولة المبكرة . تهدف هذا البحث إلى تحديد القطاعات الواردة في القرآن الكريم في مرحلة الطفولة المبكرة ، ليعلم الجزء من المستهلكين سوف تعرف خصائص القرآن في مرحلة الطفولة المبكرة و يمكن أن تصف من رغبات واحتياجات المستهلكين بحيث يمكن أن تستخدم أيضا في وقت لاحق كمرجع للمؤسسات المدرسية وهو ما يعادل القرآن تنمية الطفولة المبكرة وعمر كل منهما ما يعادل مستوى التعليم ، والمناهج الدراسية (على أساس الإسلام) في صياغة الاستراتيجية الصحيحة لتنمية مؤسساتها . الباحثون المهتمين بدراسة تجزئة تنمية الطفولة المبكرة القرآن لأن القرآن مؤسسات الطفولة المبكرة هي جديدة نسبيا ولا تزال حاجة إلى معرفة معلوماتنا عن خصائص العملاء لتكوين المناهج صحيحا . هذا الاختبار يستخدم تحليل الكتلة *K-means cluster* ، ليرى المجموعات الأسلوب من خلال النظر في صلاحية واختبار الموثوقية الأسئلة من جدول الأعمال . بعد تشكيل الكتلة ، يتم اختبار صحة الكتلة مرة أخرى .

وينقسم من نتائج *K-means cluster* ، في سبل تحليل الكتلة لتحديد المجموعات الثلاث التي من شأنها مكون ، ثم تكون النتيجة تجزئة في القرآن الكريم في مرحلة الطفولة المبكرة إلى ثلاث فئات ، وهي روحية الحدائثية (52 %) للحفاظ على خصائص النباتات سعيدة في جميع أنحاء المنزل ، و سعادة لممارسة شعائرهم الدينية السنة ، وتبحث دائما للحصول على أحدث المعلومات ، و الممارسة دائما ، مثل أي شيء جديد ومختلف ، داءما لمتابعة هذا الاتجاه ، مثل التسامح ، ومعلم جيدا ، وتناول والتضامن العالية التي أبقاها لإكراه لمساعدة الآخرين .روحاني الكمال (36 %) مع خصائص جيدة للنظافة والفنية روحاني (12 %) وكان من سمات راض عن العمل الذي كان متورطا ، وجلت قلوبهم عندما يسمعون لفظ الله ، أداء الصلاة خمس مرات في اليوم ترتيبا ، والقيام دائما مهما بالنسبة نفسه ، وهو رجل يرتدي الملابس التي تغطي الأجزاء الخاصة ، وكأنك داخل المجموعة ، شخص دائما لتقديم شيء من شراء ، لديها حس عال من الثقة بالنفس ، من غيرها لديه ميزة أن ليس لدى الجميع ، واحدة لديها دائما مرتفعة ، وتحمل جميع الأنشطة القيام به هو شكل من أشكال العبادة إلى الله سبحانه وتعالى .

BAB I PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Pada dasarnya kegiatan pemasaran adalah memenuhi kebutuhan konsumen, untuk memenuhi kebutuhan ini harus mengenal karakteristik konsumen dan apa yang menjadi kebutuhannya. Kebutuhan konsumen berbeda satu sama lain maka perlu untuk dipilah berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, sehingga nantinya akan menghasilkan kesamaan konsumen dalam batasan tertentu. Pengelompokan berdasarkan kemiripan faktor-faktor dan tiap kelompok tersebut diperlakukan seolah-olah konsumen merupakan kelompok yang identik, hal ini dikenal sebagai segmentasi.

Menurut Kotler (1986) *dalam* Prabu (2005:85) mengemukakan, segmentasi adalah usaha pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli menurut jenis-jenis produk tertentu dan memerlukan bauran pemasaran sendiri.

Kertajaya dkk (2005) mempertajam dalam menganalisa segmentasi dengan mengemukakan bahwa pada dasarnya segmentasi tidak ada batasan yang spesifik. Segmentasi berarti “melihat pasar secara kreatif”. Maka dari itu, pemasar harus dituntut lebih kreatif dalam mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di pasar.

Tujuan segmentasi pasar adalah untuk mengetahui pasar secara jelas, segmentasi dilakukan terhadap pasar yang akan dituju. Karena tidak mungkin masuk ke semua pasar tanpa tahu segmen mana yang akan dipilih. Bila tidak secara mendalam mengenal pasar akan salah sasaran ke segmen pasar lain yang

tidak diperhitungkan. Beruntung jika salah ke segmen pasar yang menguntungkan seperti yang dialami Yamaha Mio, sengaja ditujukan kepada para wanita, namun pada kenyataannya Yamaha Mio diminati pula oleh pria-pria yang ingin bertransportasi dengan *simple* (Kertajaya, 2004).

Memang beruntung jika mengalami hal seperti Yamaha Mio, namun jika ternyata pasar yang dituju ternyata tidak sesuai dengan yang diharapkan maka akan mengalami kerugian yang tidak sedikit. Maka dari itu, diperlukan adanya segmentasi yang benar dan kreatif sehingga segmentasi yang dihasilkan akan memuaskan, efektif, efisien, dan terukur.

Pentingnya segmentasi bagi perusahaan disebabkan antara lain karena segmentasi memungkinkan perusahaan lebih terfokus dalam mengalokasikan sumber daya. Kedua, segmentasi merupakan basis untuk menentukan komponen-komponen strategi, taktik dan *value* secara keseluruhan. Segmentasi yang disertai dengan pemilihan *target market* akan memberikan suatu acuan dan basis bagi penentuan *positioning*. Ketiga segmentasi merupakan faktor kunci untuk mengalahkan pesaing (Kertajaya, 2004: 375-376).

Pada dasarnya segmentasi terbagi ke dalam tiga kategori segmen, yaitu *geographic segmentation*, *demographic segmentation*, *psychographic segmentation*. Segmentasi geografi pengelompokan yang didasarkan atas daerah di mana para penjual membedakan secara teliti, kira-kira di daerah mana yang bisa memberikan keuntungan yang berbeda-beda. Segmentasi demografi dimaksudkan untuk membedakan berbagai macam kelompok atas dasar keadaan suatu masyarakat yang berubah (*demographic variables*). Sedangkan segmentasi

psikografi merupakan pengelompokan yang mencoba membedakan berbagai macam kebutuhan pembeli atau adalah timbul sebagai hasil dari kenyataan bahwa kebutuhan pembeli lebih berbeda sepanjang *life style* atau *personality life* daripada *demographic lives* (Mursid, 2006:34-37).

Prasetijo dan Ihalauw (2005:53) menyatakan, Analisis Psikografi sering juga disebut sebagai gaya hidup atau riset AIO (*Actifity, Interest, Opinion*) adalah suatu bentuk riset konsumen yang memberikan profil yang jelas dan praktis mengenai segmen-segmen konsumen tentang aspek-aspek kepribadian konsumen yang penting, motif belinya, minatnya, sikapnya, keyakinannya, dan nilai-nilai yang dianutnya. Berdasarkan pernyataan Prasetijo dan Ihalauw tersebut penulis menggunakan variabel AIO (*Actifity* (aktifitas), *Interest* (minat) dan *Opinion* (pendapat) sebagai variabel penelitian untuk mengetahui segmentasi stakeholders (adalah wali murid) PAUD-Q yang dianalisis berdasar psikografi stakeholders.

Selama ini secara tradisional barang-barang konsumen (*consumer goods*) sebagai dasar pertimbangan segmentasi pasar yang sangat disukai secara umum adalah berdasar data demografi, tingkat pendapatan dan lokasi konsumen di dalam pasar yang dituju (geografi). Dewasa ini, dasar pertimbangan segmentasi terhadap pasar dengan mempergunakan gaya hidup (*life style*) yang berdasar psikografis menjadi semakin penting bagi produsen. Produsen masa kini tampak sangat memahami makna pemasaran tidak hanya disebabkan konsumen bermaksud memenuhi kebutuhan (*needs*), tetapi pada masa kini dasar pertimbangan keinginan (*wants*) yang lebih menentukan keputusan pembelian.

Gaya hidup merupakan bagian dari segmentasi psikografi. Dalam segmentasi psikografi, para pembeli dibagi ke dalam kelompok yang berbeda-beda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, dan atau ciri-ciri kepribadian. Orang-orang dalam kelompok demografi yang sama bisa memperlihatkan profil psikografi yang berbeda (Kotler, 1999:168).

Dikatakan lebih lanjut oleh Ujang Sumarwan (2002:67), gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menggunakan waktu serta uangnya. Gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.

Tujuan segmentasi menggunakan gaya hidup berdasar analisis psikografi adalah untuk mengerti gaya hidup konsumen dari pelanggan inti untuk berkomunikasi secara lebih efektif dengan orang di dalam pangsa pasar tersebut. Analisis ini juga dapat menghasilkan upaya untuk mengatur posisi produk yang baru atau yang sudah ada secara dekat dengan konsumen di dalam pangsa gaya hidup.

Saat ini segmentasi pasar telah berkembang luas. Segmentasi pasar tidak hanya digunakan untuk kepentingan bisnis, tetapi juga untuk kegiatan-kegiatan kemasyarakatan atau kegiatan-kegiatan nirlaba lainnya. Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini Al-Qur'an (PAUD-Q) merupakan sebuah lembaga informal yang bergerak di bidang pendidikan untuk anak-anak usia dini berdiri pada tahun 2007. Yayasan PAUD-Q selama dua tahun ini telah mengalami peningkatan yang signifikan meski tanpa menggunakan promosi yang gencar. Terbukti jumlah siswa-siswi yang biasanya disebut dengan "santri" yang bersekolah di PAUD-Q

meningkat drastis, dari 38 siswa pada tahun 2008 dan menjadi 52 siswa pada tahun 2009, hal ini di paparkan oleh Direktur yayasan Darussalam yang menaungi lembaga PAUD-Q, Dr. H. Masyhuri Machfudz, Ir, MP. Atas dasar itulah menarik untuk diteliti lebih dalam keberadaan PAUD-Q mengapa tanpa promosi yang gencar dapat merekrut santri baru dengan angka yang signifikan. Dikatakan signifikan karena untuk ukuran sekolah setingkat PAUD kenaikannya 30% hingga 40% tersebut merupakan ukuran yang luar biasa.

Stakeholders adalah pihak yang berkepentingan terhadap operasi dan operasi perusahaan (C.Pass dkk, 1994:554). Dalam hal ini, stakeholders yang dimaksud adalah wali murid PAUD-Q. Dengan mengetahui segmentasi stakeholders tersebut maka akan mengetahui *buying behavior* yang mampu memberikan informasi berharga bagi penyusunan strategi untuk mempengaruhi *buying behavior* tersebut. Melalui analisis segmentasi psikografi dapat memotret faktor-faktor yang membentuk *buying/using behavior* dan secara langsung mempengaruhi alasan pelanggan untuk membeli (Kertajaya, 2004:378).

Dorongan utamanya adalah keinginan untuk mengetahui minat beli melalui segmentasi psikografi dari stakeholders PAUD-Q di kawasan Kepuharjo Malang. Dengan mengetahui karakteristik stakeholders PAUD-Q akan diketahui segmen-segmen yang bisa dijadikan acuan oleh lembaga PAUD dalam mengembangkan peserta didik ke depannya. Lembaga juga akan mengetahui minat wali murid dalam menyekolahkan putra-putrinya pada lembaga PAUD tersebut.

Isu-isu dan pembahasan segmentasi masih terbatas. Terbukti dari tahun 2001-2009 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim (UIN Maliki) Malang peneliti belum melihat penelitian terdahulu yang membahas secara spesifik tentang segmentasi. Disamping itu, dengan segmentasi akan diketahui pula strategi-strategi tepat yang digunakan lembaga untuk mengembangkan produk maupun jasanya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Yohanes Sondang Kunto dan Peter Remy Pasla tentang Segmentasi Gaya Hidup pada Mahasiswa Program Studi Pemasaran Universitas Kristen Petra (2006). Hasil yang diperoleh yaitu Mahasiswa program studi pemasaran Universitas Kristen Petra terbagi atas 3 segmen, yaitu mahasiswa dinamis (39.8%), mahasiswa pencari identitas (40.7%), dan mahasiswa konservatif-trendsetter (19.4%).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Yohanes Sondang Kunto dan Peter Remy Pasla, dengan mengetahui karakteristik peserta didik dapat diketahui strategi yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mahasiswa sesuai dengan karakteristik masing-masing. Maka dari itu, peneliti menganggap penting penelitian dilakukan di PAUD-Q sehubungan dengan kedudukan PAUD-Q pada pendidikan yang tidak berorientasi pada profit semata. Dengan mengetahui karakteristik stakeholders PAUD-Q akan dapat dijadikan sebagai acuan untuk menyusun strategi yang tepat untuk publisitas maupun pengembangan produk ke depannya.

Dari pemaparan di atas, penulis memberi judul penelitian ini dengan **“Segmentasi Stakeholders pada Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini**

(PAUD) Berdasar Psikografi (Studi pada PAUD Al-Qur'an Kepuharjo Karangploso Malang)".

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana klasifikasi segmentasi psikografi yang terdapat pada konsumen PAUD Al-Qur'an?
2. Bagaimana karakteristik segmentasi psikografi pada konsumen PAUD-Q?

1.3. TUJUAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui klasifikasi segmentasi psikografi yang terdapat pada konsumen PAUD Al-Qur'an
2. Mengetahui karakteristik segmentasi psikografi pada konsumen PAUD-Q

1.4. MANFAAT PENELITIAN

1. Sebagai salah satu bahan kajian dalam penyusunan strategi pemasaran oleh lembaga PAUD Al-Qur'an.
2. Peneliti dapat mengetahui lebih mendalam tentang konsep segmentasi psikografi dalam dunia pendidikan dan dapat mengembangkan ilmu yang telah diperoleh dengan lebih baik.
3. Dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang relevan dengan tema penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Pengambilan hasil-hasil penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

Penelitian yang dilakukan oleh Yohanes Sondang Kunto dan Peter Remy Pasla (2006) dilakukan di kota Surabaya dengan judul “Segmentasi Gaya Hidup pada Mahasiswa Program Studi Pemasaran Universitas Kristen Petra”. Penelitian ini berfokus pada pemasaran dalam dunia pendidikan, yaitu untuk mengetahui segmentasi yang terdapat pada mahasiswa program studi pemasaran yang hasilnya nanti dapat digunakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Petra untuk mengembangkan fasilitas ataupun sistem pendidikan yang sesuai dengan karakter peserta didik. Pada penelitian ini disimpulkan terdapat Mahasiswa program studi pemasaran Universitas Kristen Petra terbagi atas 3 segmen, yaitu mahasiswa dinamis (39.8%), mahasiswa pencari identitas (40.7%), dan mahasiswa konservatif-trendsetter (19.4%). Variabel yang digunakan AIO, yaitu aktifitas, interes (minat), dan opini (pandangan-pandangan). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan alat analisis transformasi likert, tes cronbach's alpha, plot skor faktor, analisa k-means cluster, analisa biplot, dan analisa crosstab.

Penelitian yang dilakukan oleh Toho Jefta Hutahuruk (2006) dengan judul “Segmentasi Pengguna Media Online Berdasarkan Gaya Hidup” dilakukan di Jakarta dengan subyek penelitian mahasiswa Universitas Indonesia (UI). Peneliti ingin bertujuan untuk mengetahui segmentasi gaya hidup pengguna media *online* dan untuk mengetahui hubungan segmentasi gaya hidup pengguna media *online* dengan faktor motivasi dalam penggunaan media *online*. Hasil yang diperoleh adalah Motivasi mahasiswa Universitas Indonesia menggunakan media online terbagi menjadi 5 jenis, yaitu motivasi praktis dan gratis, pengisi waktu, pencarian berita, berita actual, dan motivasi pengaruh lingkungan. Sedangkan gaya hidup mahasiswa Universitas Indonesia terbagi menjadi 3 kelompok, yaitu Trendi, Serius dan Pencari Informasi. Saran yang diberikan peneliti adalah agar produsen media *online* dianjurkan untuk melakukan studi tentang gaya hidup agar dapat mengetahui karakteristik pengguna dan meningkatkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel motivasi dan variabel gaya hidup. Metode penelitiannya dengan metode kuantitatif dengan alat analisis distribusi frekuensi, analisis cluster dan tabulasi silang.

Berbeda dengan dua peneliti sebelumnya, penelitian yang telah dilakukan di kota Malang dengan judul “Segmentasi Stakeholders Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Berdasar Psikografi (Studi pada PAUD Al-Qur’an Kepuharjo Karangploso Malang)”. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui segmentasi psikografi pada stakeholders, dalam hal ini adalah wali murid dari PAUD Al-Qur’an. Penelitian ini fokus pada identifikasi segmen stakeholders

PAUD-Q sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam menyusun strategi yang tepat untuk mengelola dan mengembangkan PAUD-Q. Melihat label yang dimiliki oleh lembaga (PAUD berlabel Al-Qur'an), maka penulis banyak menggunakan teori Islam dalam menyelesaikan penelitian ini. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel aktivitas, minat dan pendapat. Metode penelitian sama dengan dua penelitian sebelumnya yaitu dengan menggunakan metode kuantitatif dengan analisis transformasi likert, uji validitas dan reliabilitas, distribusi frekuensi, tabulasi silang dan analisa k-means cluster. Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah stakeholders PAUD-Q terbagi atas 3 segmen, yaitu modernis spiritualis (52%), segmen perfeksionis spiritualis (36%), dan segmen profesional spiritualis (12%).

Untuk melihat perbedaan dengan lebih jelas, penulis menyajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Sekarang

No	Nama peneliti	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Alat analisis	Hasil Penelitian
1.	Yohanes Sondang Kunto dan Peter Remy Pasla	Segmentasi Gaya Hidup pada Mahasiswa Program Studi Pemasaran Universitas Kristen Petra (2006)	AIO, yaitu <i>actifity</i> , <i>interest</i> dan <i>opinion</i>	Kuantitatif	1. Transformasi Likert 2. Tes Cronbach's Alpha 3. Plot skor faktor 4. Analisa k-means cluster 5. Analisa biplot 6. Analisa crosstab	Mahasiswa program studi pemasaran Universitas Kristen Petra terbagi atas 3 segmen, yaitu mahasiswa dinamis (39.8%), mahasiswa pencari identitas (40.7%), dan mahasiswa konservatif-trendsetter (19.4%).
2.	Toho Jeftha Hutahuruk	Segmentasi Pengguna Media Online Berdasarkan Gaya Hidup (2006)	Motivasi dan Gaya Hidup	Kuantitatif	1. Distribusi frekuensi 2. Analisis Cluster 3. Tabulasi Silang	Motivasi mahasiswa Universitas Indonesia menggunakan media online terbagi menjadi 5 jenis, yaitu motivasi praktis dan gratis, pengisi waktu, pencarian berita, berita actual, dan motivasi pengaruh lingkungan. Sedangkan gaya hidup mahasiswa Universitas Indonesia terbagi menjadi 3 kelompok, yaitu Trendi, Serious dan Pencari Informasi
3.	Rifqiyatuz Zuhria	Segmentasi Stakeholders Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) berdasar Psikografi (Studi pada PAUD Al-Qur'an Kepuharjo Karangploso Malang (2010)	Aktivitas, minat, pendapat	Kuantitatif	1. Transformasi Likert 2. Uji Validitas dan Reliabilitas 3. Distribusi frekuensi 4. Tabulasi silang 5. Analisa cluster	konsumen PAUD-Q terbagi atas 3 segmen, yaitu modernis spiritualis (52%), segmen perfectnis spiritualis (36%), dan segmen profesional spiritualis (12%).

2.2. Teori Segmentasi Psikografi

2.2.1. Definisi Segmentasi

Konsep segmentasi pasar pertama kali diperkenalkan oleh Wendell R. Smith pada tahun 1956 dalam artikel terkenalnya berjudul “*Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies*” yang dimuat di *Journal of Marketing*. Menurutnya, konsumen itu bersifat unik dan berbeda-beda. Konsekuensinya, mereka membutuhkan program pemasaran yang berbeda pula (Chandra, 2005:61).

Lebih lanjut Chandra (2005) mengemukakan, pada dasarnya segmentasi pasar dapat diartikan sebagai proses pengelompokan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku, dan atau respon terhadap program pemasaran spesifik.

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar keseluruhan suatu produk atau jasa yang bersifat heterogen ke dalam beberapa segmen, masing-masing segmen tersebut cenderung bersifat homogen dalam segala aspek. Langkah-langkah dalam pelaksanaan segmentasi yaitu mengidentifikasi variabel segmentasi dan segmentasi pasar kemudian mengembangkan bentuk segmen yang menguntungkan (Tjiptono, 1997:69).

2.2.2. Segmentasi Psikografi

Pada dasarnya segmentasi terbagi ke dalam tiga kategori segmen, yaitu *geographic segmentation, demographic segmentation, psychographic*

segmentation (Mursid, 2006:34-37). Masing-masing pendekatan ini memiliki ciri-ciri yang berbeda. Pada penelitian ini akan dilakukan penelitian dengan pendekatan psikografi.

Segmentasi psikografis merupakan salah satu yang populer untuk pemasaran produk komersial di Indonesia. Menarik karena berusaha segmentasi pemakai/konsumen didasarkan pada *soft data* seperti nilai yang dianut dan gaya hidup, bukan pada *hard data* seperti umur, jenis kelamin dan pekerjaan.

Analisis psikografi diartikan sebagai suatu riset konsumen yang menggambarkan segmen konsumen dalam hal kehidupan mereka, pekerjaan dan aktifitas lain. Psikografi adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup yang memberikan pengukuran kuantitatif dan bisa dipakai untuk menganalisis data yang cukup besar (Sumarwan, 2002:58).

2.2.3. Gaya Hidup

Segmentasi gaya hidup merupakan suatu pendekatan yang *powerful*. Hal ini dapat diketahui dari penjelasan mengenai definisi psikografi menurut Emmanuel Demby (*dalam* Harian Sains), seorang praktisi riset pemasaran yang mengatakan dalam publikasi *American Marketing Association* (AMA), bahwa definisi psikografi itu salah satunya adalah Psikografi mencoba untuk untuk menjelaskan *human characteristics* dari konsumen, yang menjelaskan respon konsumen terhadap produk, kemasan, promosi dan upaya *public relation*. Beberapa variabel yang sekiranya dapat mewakili misalnya pandangan akan

konsep diri dan gaya hidup seperti kegiatan (*activities*), minat (*interest*), opini (*opinion*), yang kesemuanya merupakan atribut-atribut dari produk.

Beberapa peneliti menggunakan A dengan *Attitudes* (sikap), tetapi *Activities* kegiatan merupakan pengukuran gaya hidup yang lebih baik karena kegiatan mengukur apa yang dilakukan seseorang (Engel dkk, 1994: 385).

Riset AIO (*Activities, Interest, Opinion*) mencari tanggapan konsumen terhadap sejumlah besar pernyataan yang mengukur kegiatan (bagaimana konsumen menggunakan waktu, misalnya bekerja, berlibur, mendaki gunung), minat (pilihan prioritas konsumen atau keluarga, misalnya rumah, mode, makanan), dan pendapat (bagaimana konsumen memandang berbagai macam kejadian dan persoalan politik, persoalan sosial, keadaan pendidikan, masa depan) (Schiffman dan Kanuk, 2008).

VALS (*Value and Lifestyle*) adalah salah satu contoh pendekatan segmentasi gaya hidup yang lain. Pendekatan ini menggunakan gabungan beberapa teori, yaitu:

1. Teori hirarki kebutuhan manusia (*need hierarchy*) yang dikembangkan oleh Abraham H. Maslow. Menurut teori ini, ada lima tingkat kebutuhan yang dilalui oleh manusia secara bertingkat yaitu: kebutuhan fisik dasar, rasa aman, memiliki, esteem, dan aktualisasi diri. VALS mengidentifikasi nilai-nilai (*values*) yang dianut masyarakat pada setiap tingkat kebutuhan tersebut.
2. Teori tentang dorongan-dorongan kepribadian (*The inner and outer directed personality theory*) yang diperkenalkan oleh Riesman, Glazer dan Denney

(1950). Di dalam VALS, terminologi *other directed* diubah menjadi *outer directed* (dorongan dari luar)

SRI Consulting Business Intelligence (*dalam* Wicaksono, 2006) mencoba membagi konsumen berdasarkan segmentasi psikografi ke dalam delapan kategori, yaitu:

1. *Innovator*

Innovator adalah orang yang sukses, berwawasan luas dengan rasa percaya diri yang tinggi. Karena mereka mempunyai sumberdaya yang lebih dari cukup. Mereka pemimpin perubahan, dan terbuka terhadap ide-ide dan teknologi baru. *Innovators* merupakan konsumen yang sangat aktif, dan pola pembelanjaan mereka mencerminkan cita rasa yang tinggi atau produk dan layanan eksklusif. Citra merupakan hal yang penting bagi *Innovators*, bukan sebagai bukti status atau kekuasaan namun sebagai ekspresi cita rasa, independensi dan personalitas. *Innovators* biasanya pimpinan bisnis dan pemerintahan yang sedang menanjak karirnya dan mereka mencari tantangan-tantangan baru

2. *Thinkers*

Thinker termotivasi oleh hal-hal yang ideal. Mereka orang-orang yang matang dan reflektif serta menghargai pengetahuan dan rasa tanggungjawab. Mereka biasanya berpendidikan baik, dan aktif mencari informasi untuk membantu proses pengambilan keputusan. Mereka terus melakukan *update* informasi mengenai kejadian di dunia maupun nasional dan terus mencari peluang untuk memperluas pengetahuan mereka. *Thinkers* cukup respek terhadap institusi status quo, tetapi terbuka akan ide-ide baru. Walaupun income mereka lebih

dari cukup untuk membeli banyak hal, *Thinkers* orang yang konservatif, konsumen yang praktis; mereka mencari sesuatu yang tahan lama, fungsional dan nilai lebih dari produk yang mereka beli

3. *Achievers*

Achiever termotivasi oleh keinginan akan pencapaian, *Achievers* mempunyai gaya hidup yang berorientasi tujuan dan komitmen yang mendalam untuk karir dan keluarga. Kehidupan sosial mereka mencerminkan hal ini dan terstruktur antara keluarga, tempat ibadah, dan pekerjaan. *Achievers* merupakan orang yang konvensional, dan secara politik respek terhadap otoritas dan status quo. Mereka menghargai konsensus, sesuatu yang bisa diperhitungkan, dan stabilitas dibanding resiko, keintiman dan pencarian diri. Dengan banyak keinginan dan kebutuhan, *Achievers* merupakan konsumen yang aktif. Image merupakan hal yang penting bagi *Achievers*. Mereka suka produk dan layanan yang sudah mapan, prestise yang mencerminkan sukses mereka. Karena kehidupan mereka yang sibuk, mereka sangat tertarik terhadap alat-alat yang bisa membantu mereka menghemat waktu

4. *Experiencers*

Experiencer termotivasi oleh ekspresi diri. Sebagai konsumen yang muda, antusias, dan impulsif, *Experiencers* cepat antusias akan hal-hal baru tetapi cepat pula bosan. Mereka mencari variasi dan kesenangan, suka akan hal baru yang diluar pakem dan beresiko. Energi mereka banyak dihabiskan ditempat-tempat fitness, olahraga, aktifitas luar ruangan, dan aktifitas sosial. *Experiencers* merupakan konsumen yang royal dan menghabiskan sebagian besar

penghasilannya pada fashion, hiburan, dan bersosialisasi. Pola pembelanjaan mereka mencerminkan pada hal-hal yang terlihat bagus dan keren

5. *Believers*

Seperti juga *Thinkers*, *Believers* termotivasi oleh hal-hal yang ideal. Mereka konservatif dan konvensional dengan keyakinan yang kongkrit berbasiskan pada hal-hal yang tradisional dan mapan seperti: keluarga, agama, komunitas dan negara. Mereka mengikuti rutinitas yang sudah mapan dan terorganisasi disekitar rumah, keluarga, komunitas, dan organisasi sosial dan religius dimana mereka berada. Sebagai konsumen mereka bisa diprediksi; Mereka memilih produk dan merek yang sudah mapan dan secara umum merupakan konsumen yang loyal

6. *Strivers*

Striver kelompok orang yang trendi dan suka hal-hal yang menyenangkan. Karena mereka termotivasi dengan pencapaian, *Strivers* perhatian dengan opini dan persetujuan dari rekan-rekannya. Uang merupakan ukuran kunci sukses mereka. Mereka suka produk-produk yang diasosiasikan sebagai produknya orang kaya. Banyak dari mereka melihat diri mereka sendiri sebagai orang yang punya pekerjaan daripada karir, serta kekurangan skill dan fokus yang membuat mereka sulit untuk berkembang. *Strivers* merupakan konsumen aktif karena aktifitas berbelanja merupakan aktifitas sosial dan kesempatan untuk menunjukkan kepada rekan mereka kemampuan mereka untuk membeli. Sebagai konsumen, mereka impulsif sejauh kondisi keuangan mereka memungkinkan

7. *Makers*

Seperti *Experiencers*, *Makers* termotivasi oleh ekspresi diri. Mereka mengekspresikan diri mereka dan menikmati kehidupan dengan membangun rumah, membesarkan anak-anak, memperbaiki mobil, menanam tumbuhan dan mempunyai cukup *skill* dan energi untuk membuat keinginan mereka terpenuhi. *Makers* adalah orang-orang yang praktis yang mempunyai *skill* konstruktif dan menghargai diri sendiri. Mereka tinggal dalam konteks tradisional sebuah keluarga, pekerjaan, dan rekreasi fisik, serta mempunyai sedikit *interests* terhadap hal-hal diluar itu. *Makers* curiga terhadap ide-ide baru. Mereka respek terhadap otoritas pemerintah dan buruh yang terorganisasi, tetapi tidak suka campur tangan pemerintah terhadap hak-hak individu. Mereka tidak terkesan dengan kepemilikan materi jika tidak praktis dan fungsional. Karena mereka menghargai nilai dan fungsional dari suatu kepemilikan, mereka membeli sesuatu yang memang dibutuhkan dan fungsional

8. *Survivors*

Survivor hidup dengan penuh keterbatasan sumberdaya. Mereka sering merasa bahwa hidup berubah terlalu cepat. Mereka merasa nyaman jika merasa familiar dan perhatian dengan keselamatan dan keamanan. Karena mereka harus fokus pada kebutuhan daripada keinginan, *Survivors* tidak menunjukkan motivasi dasar yang kuat. *Survivors* adalah konsumen yang berhati-hati. Mereka mewakili perkembangan pasar terbaru untuk hampir semua produk dan layanan. Mereka loyal terhadap merek favorit, terutama jika mereka bisa membeli dengan diskon.

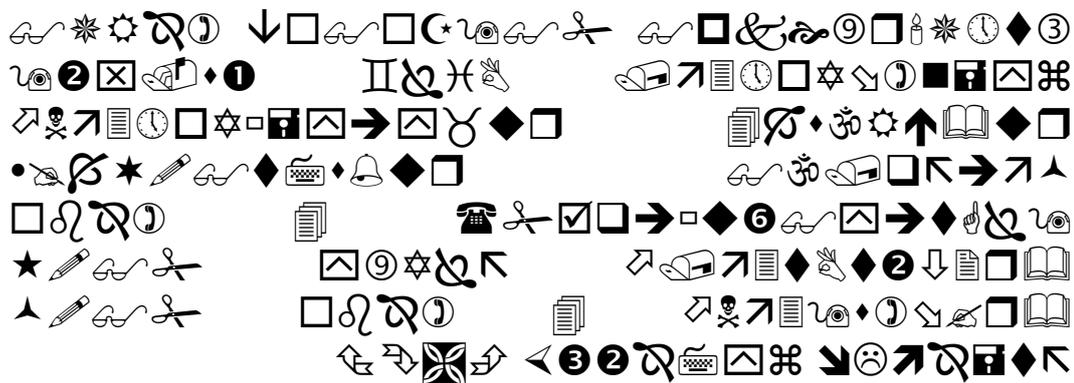
2.3. Kajian Segmentasi Psikografi dalam Perspektif Islam

2.3.1. Segmentasi dalam Islam

Dalam *syariah marketing strategy*, yang pertama kali harus dilakukan dalam mengeksplorasi pasar yang kerap berubah adalah melakukan segmentasi sebagai *mapping strategy*. Dalam menentukan segmentasi sudah seharusnya memiliki pasar yang jelas, hal ini berarti pengetahuan mengenai pelanggan dan pesaing memegang peranan yang penting dalam menentukan segmen mana yang akan dipilih (Kartajaya dan Sula, 2006:144).

Segmentasi pemasaran syariah mencoba menggeser pasar konsumen konvensional yang terdiri dari pasar rasional dan pasar emosional menuju pasar spiritual. Pasar spiritual tersegmentasi berdasarkan keyakinan (iman) dan kepercayaan yang dimiliki konsumen muslim terhadap agama yang menjadi landasan hidupnya sehingga tercipta kesadaran akan keharusan untuk mentaati aturan-aturan agama dan menjauhi larangan-larangannya.

Dalam Islam, Allah telah menjelaskan adanya segmentasi dalam penciptaan manusia. Dimana manusia telah dibagi berdasarkan ras, golongan, dan warna kulit tidak untuk saling membedakan. Melainkan untuk saling mengidentifikasi karakteristik-karakteristik khusus dibandingkan dengan yang lain. Karena yang membedakan diantara mereka adalah tingkat ketaqwaan yang diindikasikan dengan keimanan yang teguh kepada Allah Swt dan kemampuan untuk menjalankan perintah-Nya serta menjauhi larangan-Nya. Allah Swt berfirman dalam QS. Al-Hujaraat [49] ayat 13:



Artinya:

Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa nilai syariah yang dapat diterapkan dalam segmentasi adalah adanya pembagian yang didasarkan pada ciri-ciri tertentu, yang diformulasikan dalam tingkat kepercayaan manusia terhadap agama yang tercakup dalam aspek spiritualitas (Millati, 2009:28).

2.3.2. Tipologi Kepribadian Manusia dalam Islam

Tipologi dalam kepribadian Islam adalah satu pola karakteristik berupa sekumpulan sifat-sifat yang sama, yang berperan sebagai penentu ciri khas seorang muslim satu dengan lainnya. Perbedaan karakteristik itu baik antara sesama Muslim atau antara seorang Muslim dengan non-Muslim. Menurut Abdul Mujib (2007:172), tipologi manusia yang dimaksud bersumber dari norma Islam tidak semata-mata perilaku manusia tanpa dikaitkan dengan nilai. Penentu tipologi kepribadian Islam didasarkan atas kerangka (1) struktur nafsani kepribadian Islam (hawa nafsu, akal, dan qalbu) berikut dinamikanya; (2) menggunakan paradigma *bagaimana seharusnya* bukan sekedar *apa danya*, yang karenanya terdapat unsur

baik-buruk (3) berorientasi teosentris, sebab kriteria yang digunakan bersumber dari norma wahyu Ilahi melalui pendekatan deduktif, sekalipun tanpa menghilangkan ijtihad manusia (dalam konteks ini para psikolog atau ilmuwan psikologi).

2.3.3. Bentuk-Bentuk Tipologi Kepribadian dalam Islam

Dalam buku *Kepribadian dalam Psikologi Islam* karya Abdul Mujib disebutkan tipologi kepribadian menggunakan tiga tipe manusia yang didasarkan atas konsistensi dengan pembahasan struktur kepribadian dan dinamikanya. Tiga tipe manusia tersebut adalah kepribadian *ammarah*, kepribadian *lawwamah*, dan kepribadian *muthma'innah* (Mujib, 2006:175-180).

a. Kepribadian *Ammarah*

Kepribadian *ammarah* adalah kepribadian yang cenderung melakukan perbuatan-perbuatan rendah sesuai dengan naluri primitifnya, sehingga ia merupakan tempat dan sumber kejelekan dan perbuatan tercela. Ia mengikuti tabiat jasad dan mengejar pada prinsip-prinsip kenikmatan (*pleasure principle*) syahwati. Bentuk-bentuk tipologi *ammarah* antara lain syirik, kufur, riya'.

b. Kepribadian *Lawwamah*

Kepribadian *Lawwamah* adalah kepribadian yang mencela perbuatan buruknya setelah memperoleh cahaya kalbu. Ia bangkit untuk memperbaiki kebimbangannya dan kadang-kadang tumbuh perbuatan yang buruk yang disebabkan oleh watak gelap (*zhulmaniyah*)-nya, tetapi kemudian ia diingatkan dengan nur Ilahi, sehingga ia bertaubat dan memohon ampunan (*istighfar*). Bentuk-bentuk tipologi *lawwamah* sulit ditentukan, sebab ia merupakan

kepribadian antara, yakni antara kepribadian *ammarah* dan kepribadian *muthma'innah* yang bernilai netral.

c. **Kepribadian *Muthma'innah***

Kepribadian *Muthma'innah* adalah kepribadian yang tenang setelah diberi kesempurnaan nur kalbu, sehingga dapat meninggalkan sifat-sifat tercela dan tumbuh sifat-sifat yang baik. Kepribadian ini selalu beorientasi ke komponen kalbu untuk mendapatkan kesucian dan menghilangkan segala kotoran. Bentuk-bentuk tipologi kepribadian *muthma'innah* sebagaimana hadist Nabi SAW riwayat Al-Turmudzi dari Umar Ibn al-Khattab disebutkan bahwa terdapat tiga aspek yang menjadi sistem kepribadian Islam, yaitu iman, islam, dan ihsan. Ketiga aspek ini dapat diturunkan sebagai desain kepribadian *muthma'innah*.

Sabda Nabi SAW :

Jibril bertanya: Hai Muhammad, apakah iman itu?beliau menjawab: iman adalah engkau percaya kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, hari akhir, dan takdir yang baik dan yang buruk. Jibril bertanya lagi: lalu apakah islam itu? Beliau menjawab: islam adalah bersaksi bahwa tiada Tuhan selain Allah dan Muhammad adalah hamba dan Rasul-Nya, menunaikan salat, memberi zakat, hajji ke bait atau Makkah dan puasa ramadhan. Jibril bertanya lagi: lalu apakah ihsan itu? Beliau menjawab: ihsan adalah engkau menyembah Allah seakan-akan engkau melihatnya, jika ternyata engkau tidak dapat melihatnya, sesungguhnya Ia melihatmu. (HR. al-Turmudzi dari Umar Ibn al-Khattab).

Dalam hadist tersebut menyebutkan tiga komponen kepribadian, yaitu iman, islam, dan ihsan. Kata "Islam" (dengan menggunakan I besar) apabila disebut secara sendirian maka memiliki makna sistem ajaran yang didalamnya memuat dimensi-dimensi keimanan, peribadatan dan akhlak. Namun makna kata "islam" (menggunakan i kecil) akan berbeda jika disebut bersanding dengan kata iman dan ihsan. Sebagaimana hadis di atas, aspek *islam* identik dengan dimensi peribadatan

yang mencakup pembacaan syahadat, menunaikan shalat, membayar zakat, mengerjakan puasa dan haji; aspek *iman* identik dengan dimensi kepercayaan yang mencakup iman kepada Allah, malaikat, kitabullah, rasulullah, hari Akhir dan takdir; sedang aspek *ihsan* identik dengan dimensi akhlak atau moral. Masing-masing kepribadian tersebut merupakan sistem yang komponen-komponennya saling terkait. Kepribadian Islam tidak hanya melakukan salah satu komponen kepribadian, melainkan keseluruhan komponen tanpa dipilah-pilah. Kepribadian Mukmin sangat tergantung pada kepribadian Muslim dan Muhsin, demikian juga sebaliknya.

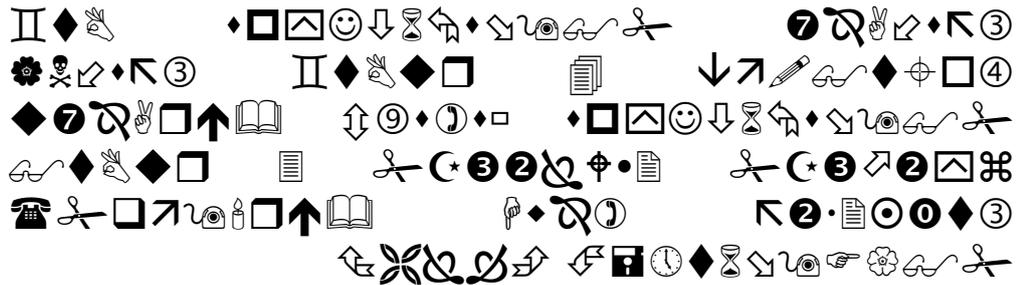
Pada penelitian ini, variabel yang dijadikan acuan dalam mensegmen konsumen PAUD-Q adalah tipologi kepribadian *muthma'innah* yang meliputi kepribadian Mukmin, Muslim, dan Muhsin.

2.3.4. Kepribadian Mukmin

Mukmin berarti orang yang beriman. Kata *iman* (percaya) seakar dengan: (1) kata *amanah* (terpercaya) yang merupakan lawan dari khianat dan (2) kata *aman* (keadaan aman). Secara etimologi, iman berarti membenaran (*tashdiq*). Orang yang beriman adalah orang benar dalam memegang dan melaksanakan amanat, sehingga hatinya merasa aman (Mujib, 2007:185).

Iman memiliki banyak cabang. Menurut riwayat al-Bukhari dari Abu Hurairah, cabang-cabang iman lebih dari 63. Dalam kitab Qomi'ut Thugyan (hal.3) karangan Muhammad Nawawi bin Umar, cabang iman 77 dengan tingkatan iman tertinggi adalah mengucapkan syahadat dan terendah adalah

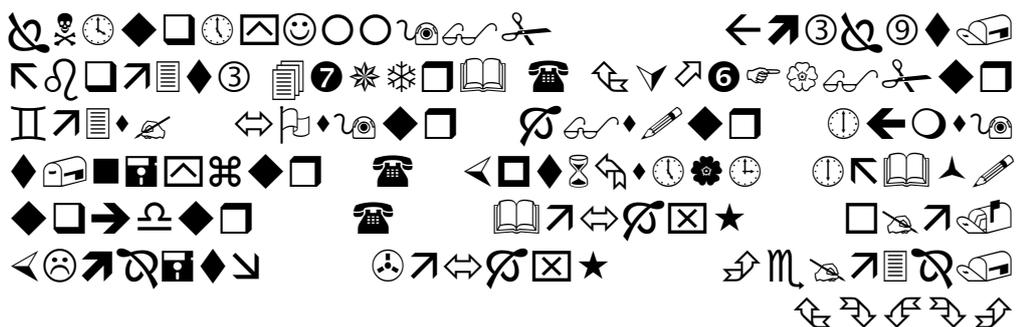
- b. Maha Bijaksana (*al-Hakiiim*), satu kepribadian yang bijaksana dalam memutuskan perkara; memiliki hikmah yang luas dengan pengetahuan yang utama; keyakinan dalam bertindak sehingga tampil percaya diri, bicara tidak ragu, kira-kira atau coba-coba (QS. Al-Baqarah [2]: 269).



Artinya:

Allah menganugerahkan Al hikmah (kefahaman yang dalam tentang Al Quran dan As Sunnah) kepada siapa yang dikehendaki-Nya. dan barangsiapa yang dianugerahi hikmah, ia benar-benar telah dianugerahi karunia yang banyak. dan hanya orang-orang yang berakallah yang dapat mengambil pelajaran (dari firman Allah).

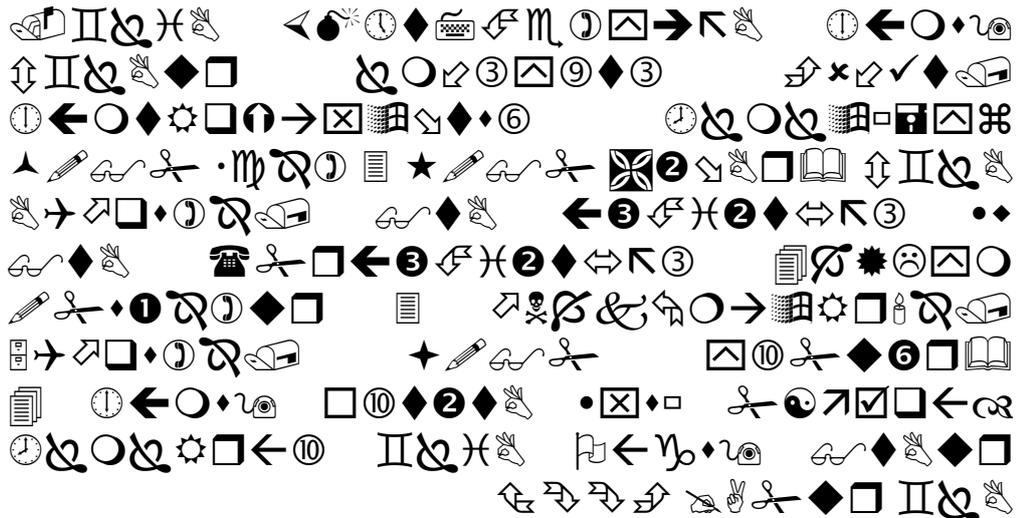
- c. Maha Menemukan (*al-Wajid*), satu kepribadian yang menemukan atau mendapat sesuatu yang baru dan bagus. Upaya yang dilakukan meliputi membaca, melihat, dan mengetahui sesuatu (QS. Al-A'raf [7]: 101).



Artinya:

Dia Pencipta langit dan bumi. bagaimana Dia mempunyai anak padahal Dia tidak mempunyai isteri. Dia Menciptakan segala sesuatu; dan Dia Mengetahui segala sesuatu.

d. Maha Memerintah (*al-Waliy*), satu kepribadian memerintah, memiliki, mengelola, melindungi, dan menggunakan sesuai keinginannya; mendukung, membela, membantu, dan mencintai karena ada kekuasaan (QS. Ar-Ra'd [13]: 11).



Artinya:

Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri, dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.

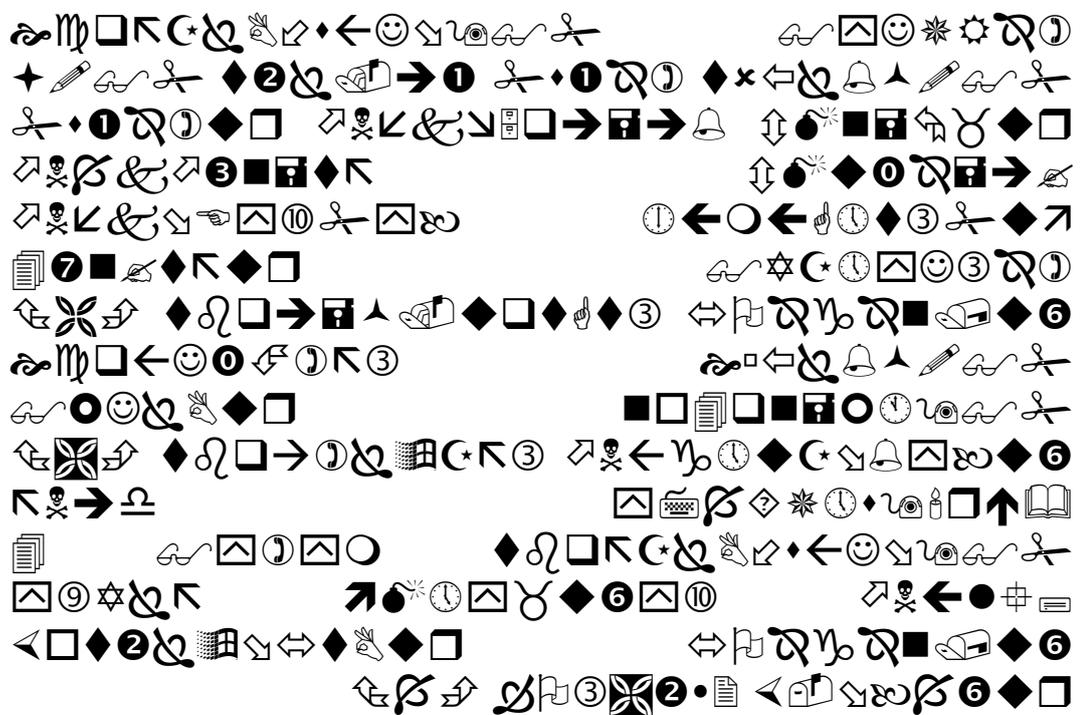
e. Maha Tinggi (*al-Muta'aliy*), kepribadian yang mampu menaklukkan dan mengalahkan yang lain karena memiliki kelebihan (QS. Al-Nazi'at: 23-24).



Artinya:

Maka dia mengumpulkan (pembesar-pembesarnya) lalu berseru memanggil kaumnya. (seraya) berkata: "Akulah Tuhanmu yang paling tinggi".

Hamdani Bakran Adz-Dzakiey (2007:126-127) menyatakan, gelar Mukmin (jiwa yang mempercayai) diberikan Allah SWT kepada jiwa-jiwa yang telah menerima keimanan, yaitu jiwa yang telah dapat merasakan buah kepercayaannya terhadap Allah SWT, para Malaikat-Nya, Kitab-kitab-Nya, Nabi-nabi-Nya, Hari Akhir-Nya, Takdir dan Qadha-Nya. Buah kepercayaan (keamanan) mereka itu dapat terindikasi dengan beberapa hal, di antaranya sebagaimana disebutkan dalam Q.S Al-Anfal [8]; 2-4 :



Artinya:

Sesungguhnya orang-orang yang beriman ialah mereka yang bila disebut nama Allah gemetarlah hati mereka, dan apabila dibacakan ayat-ayat-Nya bertambahlah iman mereka (karenanya), dan hanya kepada Tuhanlah mereka bertawakkal, (yaitu) orang-orang yang mendirikan shalat dan yang menafkahkan sebagian dari rezki yang kami berikan kepada mereka. Itulah orang-orang yang beriman dengan sebenar-benarnya. mereka akan memperoleh beberapa derajat ketinggian di sisi Tuhannya dan ampunan serta rezki (nikmat) yang mulia.

Pada ayat di atas, disebutkan sifat-sifat orang yang beriman, yaitu yang apabila mendengar nama Allah; menyebut sifat-sifat yang mengagungkan dan

memuliakan-Nya bergetar hatinya, bahkan meneteskan air mata merenungkan akan keagungan dan kemuliaan-Nya. Menurut Sayyid Quthub dalam tafsir Al-Misbah karangan Quraish Shihab (2002:374), kata “*wajilat qulubuhum*” menggambarkan getaran rasa yang menyentuh qalbu seorang mukmin ketika diingatkan tentang Allah, perintah atau larangan-Nya. Ketika itu jiwanya dipenuhi oleh keindahan dan ke-Maha Besaran Allah, bangkit dalam dirinya rasa takut pada-Nya, tergambar keagungan dan haibah-Nya serta tergambar juga pelanggaran dan dosanya.

Selanjutnya, sifat yang kedua, apabila mendengar ayat-ayat suci-Nya bertambahlah iman dalam hatinya, karena mendapat surat cinta dari Allah SWT. Thahir Ibnu ‘Asyur masih dalam tafsir Al-Misbah, berpendapat bahwa penambahan iman itu lahir karena ayat-ayat al-Qur’an mengandung mukjizat/bukti-bukti kebenaran sehingga setiap ayat yang turun atau berulang terdengar, maka ia menambah keyakinan pendengarannya tentang kebenaran informasinya dan bahwa informasi-informasi itu pasti bersumber dari Allah SWT.

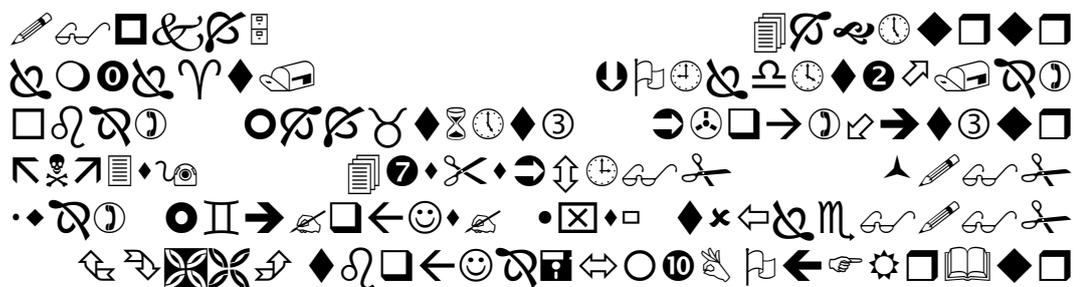
Setelah menggambarkan sisi dalam atau amal kalbu orang-orang mukmin pada ayat yang pertama, pada ayat ketiga menjelaskan amal-amal lahiriah dari orang-orang mukmin, yakni di samping keimanan mereka mantap, *mereka* juga *melaksanakan shalat* secara bersinambung dan sempurna, sesuai rukun dan syaratnya dan dengan khusyu’ kepada Allah SWT, *dan* disamping itu mereka juga *dari sebagian* rezeki yang *Kami anugerahkan kepada mereka*, baik harta maupun selainnya, *mereka menafkahkan* secara bersinambung sebatas kemampuan mereka (Quraish Shihab, 2002:379). Dari segi jasmaniyah, realisasi citra Mukmin, yaitu

memelihara kesehatan, menjaga kebersihan, kesucian dan kerapian. Nabi bersabda: ”orang Mukmin yang kuat lebih baik dan lebih dicintai Allah daripada Mukmin yang lemah”. Dalam sebuah peribahasa Arab pula disebutkan ”kebersihan sebagian dari iman” (Ahyadi, 1991:140-141).

2.3.5. Kepribadian Muslim

Muslim berarti orang Islam. Kata “*islam*” seakar dengan kata *al-salam*, *al-salm* dan *al-silm* yang berarti menyerahkan diri, kepasrahan, ketundukan, dan kepatuhan; kata “*al-silm*” dan “*al-salm*” yang berarti damai dan aman; dan kata “*al-salm*”, “*al-salam*” dan “*al-salamah*” yang berarti bersih dan selamat dari cacat, baik lahir maupun batin (Mujib, 2007:249).

Hamdani Bakran Adz-Dzakiey (2007:128-129) menyatakan, gelar Muslim (jiwa yang Berserah diri) diberikan oleh Allah SWT kepada jiwa-jiwa yang telah menerima keislaman, yaitu jiwa yang telah selamat dari kemusyrikan, kekufuran, kefasikan, dan kemunafikan sebagai buah dari pengalaman dua kalimah syahadat (syahadatullah dan syahadat Muhammad saw), ibadah shalat, puasa, zakat, dan haji. Sebagaimana diisyaratkan dalam firman-Nya dalam Q.S Al-Baqarah [2]: 132,



Artinya:

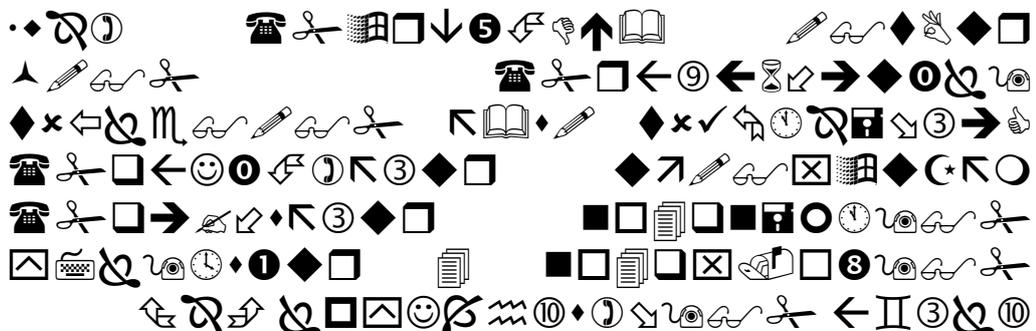
Dan Ibrahim telah mewasiatkan ucapan itu kepada anak-anaknya, demikian pula Ya'qub. (Ibrahim berkata): "Hai anak-anakku! sesungguhnya Allah telah memilih agama ini bagimu, maka janganlah kamu mati kecuali dalam memeluk agama Islam".

Barang siapa telah berhasil mengislamkan atau menyerahkan jiwanya kepada Allah SWT, maka ia akan menerima limpahan Nur An-Salam-Nya, yang dengan nur itu ia akan mampu melahirkan perbuatan dan tindakan yang menyelamatkan dalam setiap aktifitas kehidupannya.

Menurut Mujib (2007), kepribadian muslim meliputi lima rukun Islam yaitu:

1. Membaca dua kalimat syahadat, yang melahirkan kepribadian *syahadatain*

Kepribadian *syahadatain* adalah kepribadian individu yang didapat setelah mengucapkan dua kalimat syahadat, memahami hakikat dari ucapannya serta menyadari akan segala konsekuensi persaksiannya tersebut. Indikator kepribadian *syahadatain* antara lain yaitu kepribadian yang tulus (*ikhlas*), di mana ia berperilaku bukan semata-mata karena pengawasan orang lain atau sekedar mencari perhatian. Ia bekerja sungguh-sungguh semata-mata karena perintah dan melaksanakan kewajiban, tidak bekerja secara “musiman” (QS. Al-Bayyinah [98]: 5)



Artinya:

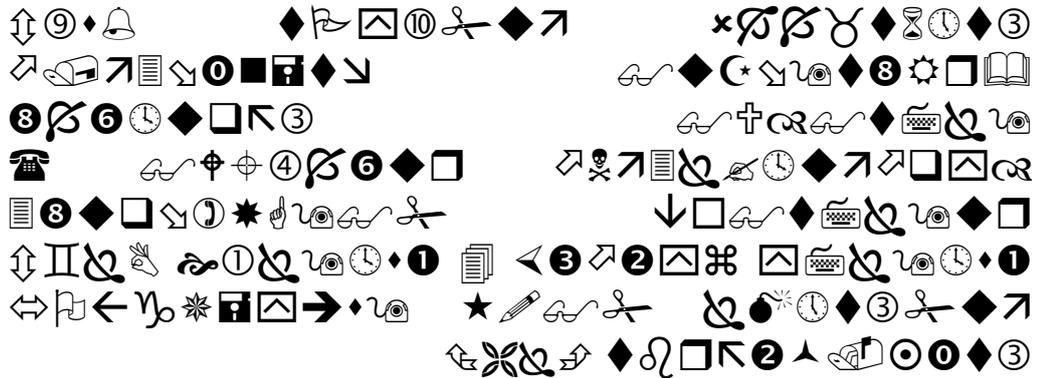
Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan ketaatan kepada-Nya dalam (menjalankan) agama yang lurus, dan supaya mereka mendirikan shalat dan menunaikan zakat; dan yang demikian itulah agama yang lurus.

2. Menunaikan shalat, yang melahirkan kepribadian *mushalli*

Kepribadian *mushalli* adalah kepribadian individu yang didapat setelah melaksanakan shalat dengan baik, konsisten, tertib, dan khusu' sehingga ia mendapatkan hikmah dari apa yang dikerjakan. Shalat merupakan ibadah yang merepresentasikan seluruh kepribadian manusia karena ia yang membedakan hamba yang muslim dan yang kafir. Sebagaimana hadist yang diriwayatkan Ibn Majah,

"perjanjian (amanat yang membedakan) antara kita dan mereka adalah salat, maka barangsiapa yang meninggalkannya berarti ia telah kafir (HR. Ibn Majah dari Ayah Abd Allah ibn Buraidah)"

Dalam melakukan ibadah shalat, terdapat beberapa motivasi, antara lain motivasi karena memiliki kebutuhan, seorang yang memiliki kebutuhan agar terwujud maka merangsangnya dengan ibadah shalat sunnah, antara lain shalat hajjat, yang di dorong oleh keinginannya agar dapat tercapai. Seorang yang hendak melaksanakan shalat, diwajibkan untuk menutup aurat, suatu kepribadian yang menjaga kehormatan diri dengan menutup aurat. Aurat berarti kekurangan dan aib atau cacat. Menutup aurat tidak hanya saat melakukan shalat namun juga direalisasikan pada kehidupan sehari-hari. Jika aib terbuka maka kehormatannya hilang, atau paling tidak mengundang nafsu orang lain yang dapat mengancam kehormatan. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-A'raaf: 26



Artinya:

Hai anak Adam, sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.

3. Menunaikan puasa, yang melahirkan kepribadian *sha'im*

Kepribadian *shaim* adalah kepribadian individu yang didapat setelah melaksanakan puasa dengan penuh keimanan dan ketaqwaan, sehingga ia dapat mengendalikan diri dengan baik. Didasarkan atas asumsi bahwa orang yang mampu menahan diri dari suatu yang membatalkan puasa memiliki kepribadian lebih kokoh, tahan uji, dan stabil ketimbang orang yang tidak mengerjakannya, sebab ia mendapatkan hikmah dari perbuatannya

4. Menunaikan zakat, yang melahirkan kepribadian *muzakki*

Kepribadian *muzakki* adalah kepribadian individu yang didapat setelah membayar zakat dengan penuh keikhlasan, sehingga ia mendapatkan hikmah dari apa yang dilakukan. Dengan dasar asumsi bahwa orang yang membayar zakat memiliki kepribadian yang pandai bergaul, dermawan, terbuka, berani berkorban, tidak arogan, memiliki rasa empati dan kepekaan social serta mudah

menyesuaikan diri dengan orang lain, sekalipun pada orang yang berbeda statusnya.

5. Menunaikan haji, yang melahirkan kepribadian *hajji*

Kepribadian *hajji* adalah kepribadian individu yang didapat setelah melaksanakan haji yang semata-mata dilakukan karena Allah SWT, sehingga ia mendapatkan hikmah dari apa yang telah dilakukan. Pengertian ini didasarkan atas asumsi bahwa orang yang melaksanakan haji memiliki kepribadian yang sabar dalam melintasi bahaya dan cobaan; luwes; legatiter; inklusif dan pandai bergaul dengan sesamanya.

Salah satu rukun haji adalah *bertahallul* (mencukur rambut), kepribadian *mutahallil* (yang *tahallul*) merupakan kepribadian yang tidak melakukan sesuatu kecuali yang di halalkan melakukannya. Dalam mencari sesuatu yang halal baik rizki, usaha dan lain-lain diilustrasikan dengan *bertahallul*. Untuk mencapai kehalalan diperlukan adanya pengorbanan dengan mencukur beberapa helai rambut, sebab rambut merupakan mahkota seseorang.

2.3.6. Kepribadian Muhsin

Muhsin berarti orang yang berbuat ihsan. Kata "*ihsan*" berasal dari "*hasuna*" yang berarti baik atau bagus. Seluruh perilaku yang mendatangkan manfaat dan menghindarkan kemudharatan merupakan perilaku ihsan. Kriteria ihsan dari Allah SWT, karena itu hadist Nabi menyebutkan bahwa ihsan bermuara pada peribadatan dan *muwajahah*, di mana ketika sang hamba mengabdikan diri

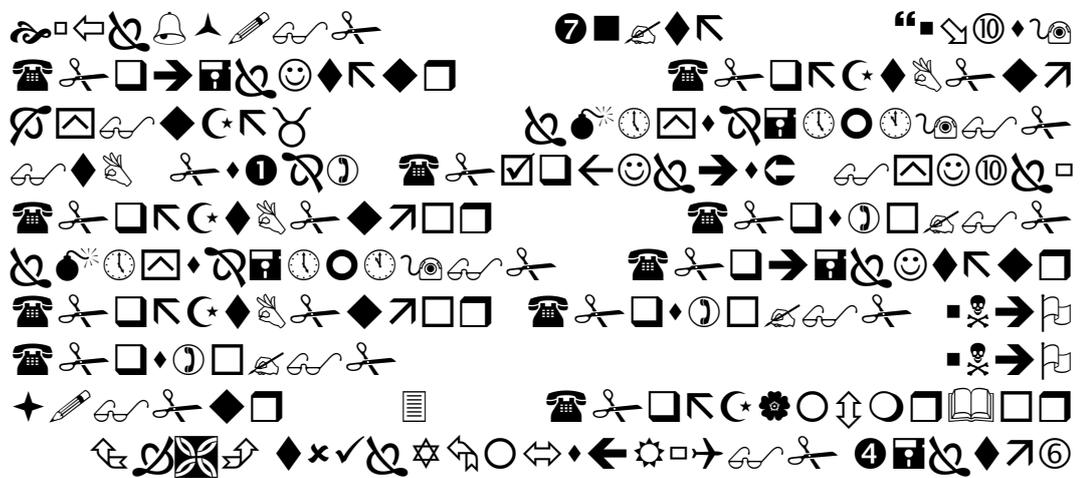
pada-Nya, seakan-akan bertatap muka dan hidup bersama (*ma'iyah*) dengan-Nya, sehingga seluruh perilakunya menjadi baik dan bagus. Ihsan terkait dengan perilaku batin yang dapat menghiasi diri manusia, untuk menyempurnakan keimanan dan peribadatannya (Mujib, 2007:305).

Kepribadian Muhsin memiliki multibentuk kepribadian. Banyak Ulama merumuskan jenis-jenis kepribadian muhsin, namun rumusan yang paling lengkap sebagaimana yang dikemukakan Abu Ismail Abd Allah Al-Anshori dalam bukunya "*Manazil Al-Sa'irin*" yang diberi penjelasan secara panjang lebar oleh Ibn Qayyim al-Jauziyah dalam bukunya "*Madarij Al-Salikin Bayn Manazil Iyyaka Na'budu Ya Iyyaka Nasta'in*", antara lain yaitu:

- a. Tingkatan permulaan meliputi kesadaran, taubat, interopeksi, kembali ke jalan Allah, berfikir, berdzikir, menjaga diri, lari dari keburukan menuju ke jalan Allah, latihan spiritual, dan mendengar dengan suara hati.
- b. Tingkatan pintu-pintu masuk, meliputi kesedihan (*al-huzn*), ketakutan (*al-khauf*), takut (*al-isfyak minhu*), kekhusu'an, rendah diri di hadapan Allah, zuhud, menjaga diri (*al-wara'*), ketekunan, harapan (*al-raja'*), dan kecintaan
- c. Tingkatan pergaulan, meliputi pemeliharaan diri, menghadirkan hati pada Allah, kehormatan, ketulusan, pendidikan, kontinue (*istiqamah*), tawakkal, pelimpahan wewenang, keterpercayaan, dan penyerahan.
- d. Tingkatan etika (akhlak), meliputi sabar, rela, berterima kasih, malu, jujur, mementingkan orang lain, kerendahan hati dan kejantanan.

Hamdani Bakran Adz-Dzakiey (2007:148) menyatakan, gelar Muhsin (jiwa yang berbuat kebaikan) diberikan Allah SWT kepada jiwa-jiwa yang telah

kokoh dalam menerima dan melaksanakan kebaikan-kebaikan-Nya, apakah kebaikan-kebaikan itu menyangkut hak-hak Allah SWT yang ada pada-Nya maupun hak-hak Allah SWT yang ada pada makhluk-Nya. Jiwa ini senantiasa mendorong dan menggerakkan diri agar selalu berada dalam kebaikan-kebaikan-Nya dan melahirkan kebaikan-kebaikan-Nya. Kebaikan-kebaikan Allah tergambar pada *al-Asma' al-Husna*-Nya, sebagaimana diisyaratkan dalam firman-Nya,



Artinya:

Tidak ada dosa bagi orang-orang yang beriman dan mengerjakan amalan yang saleh karena memakan makanan yang telah mereka makan dahulu, apabila mereka bertakwa serta beriman, dan mengerjakan amalan-amalan yang saleh, kemudian mereka tetap bertakwa dan beriman, kemudian mereka (tetap juga) bertakwa dan berbuat kebajikan. Dan Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan. (Q.S. al-Maidah [5]: 93)

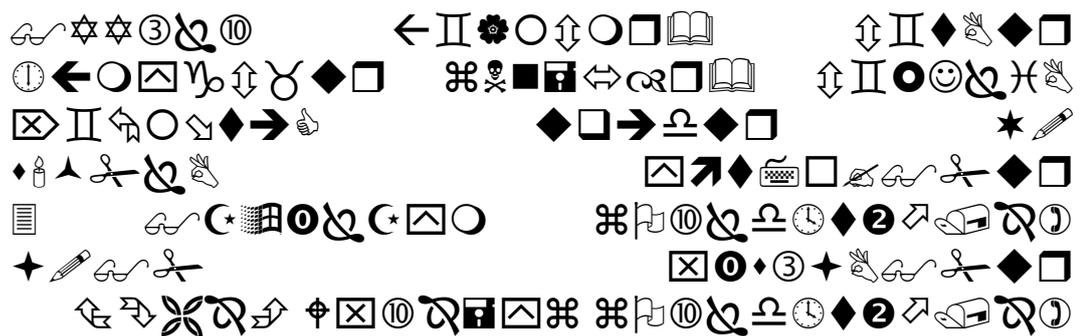


Artinya:

Bagi orang-orang yang berbuat baik, ada pahala yang terbaik (surga) dan tambahannya. Dan muka mereka tidak ditutupi debu hitam dan tidak (pula)

kehinaan. Mereka itulah penghuni surga, mereka kekal di dalamnya. (Q.S. Yunus [10]: 26)

Dalam Hadist Nabi yang diriwayatkan dari Abu Hurairah, bahwa Rasulullah SAW bersabda “*Di antara (tanda) baiknya keislaman seseorang adalah (sikapnya) meninggalkan sesuatu yang tidak bermakna baginya*”. Dalam syarah hadist Arba’in karya Imam Nawawi dkk (2006:171) disebutkan, maksud dari hadist tersebut adalah meninggalkan segala hal yang tidak penting dan tidak berguna baginya berkenaan dengan urusan agama dan urusan dunia, baik yang berupa perbuatan maupun perkataan. Dalam Al-Qur’an surat An-Nisa’ ayat 125, Allah SWT berfirman:



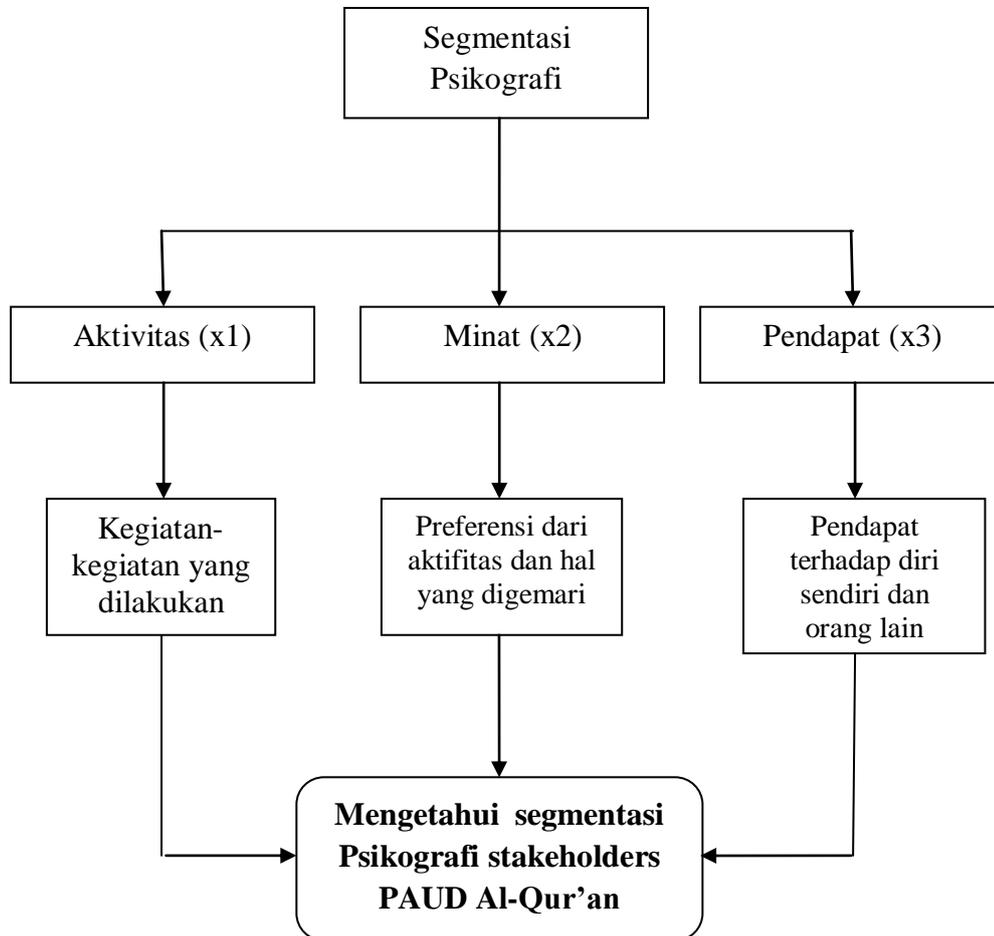
Artinya :

Dan siapakah yang lebih baik agamanya dari pada orang yang ikhlas menyerahkan dirinya kepada Allah, sedang diapun mengerjakan kebaikan, dan ia mengikuti agama Ibrahim yang lurus? dan Allah mengambil Ibrahim menjadi kesayangan-Nya.

Orang yang muhsin akan selalu menyibukkan dirinya dengan sesuatu yang bermakna baginya dan dia akan meninggalkan apa saja yang harus ditinggalkannya, seperti berbagai kemaksiatan dan segala perbuatan buruk. Atau meninggalkan segala yang seyogyanya ditinggalkannya, seperti segala sesuatu yang makruh dan berlebihan dalam perkara mubah yang sebenarnya tiada kemaslahatannya, bahkan justru bisa menyebabkan hilangnya kebaikan.

Dalam studi tematik qur'ani ditemukan beberapa indikator ihsan sebagai berikut: berserah diri pada Allah SWT, agar terhindar dari takut (*phobia*) dan sedih hati (QS Al-Baqarah: 112); menahan amarah dan suka memaafkan (Ali-Imran: 134); berdamai, memiliki rasa empati dan tidak berbuat acuh tak acuh (QS Al-Nisa': 128); bersabar dan tabah dalam menghadapi persoalan (QS Hud: 115); bertaqwa dan mencari hikmah yang terkandung di dalam persoalan itu dengan diikuti penambahan ilmu (QS Yusuf: 22, 90, Al-Qashas: 14), memegang janji setia atau komitmen bersama dan tidak berusaha mengingkarinya (Lukman [31]: 22) (Mujib, 2007:306).

2.4. Kerangka Konsep



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan untuk mensegmentasi stakeholders PAUD Al-Qur'an dengan menggunakan pendekatan psikografi. Pendekatan psikografi diukur dengan variabel gaya hidup, yaitu yang terdiri dari Aktivitas, Minat dan Pendapat/pandangan-pandangan. Dengan mengetahui pola gaya hidup orang tua dari PAUD Al-Qur'an akan diketahui klasifikasi segmentasi psikografi pada PAUD-Q (gambar 2.1).

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lembaga Pendidikan Anak Usia Dini Al-Qur'an (PAUD-Q) wilayah Kepuharjo, tepatnya di Jl. Raya Kepuharjo 52 Ngijo Karang Ploso Malang. Pengambilan lokasi tersebut karena di PAUD-Q ini memiliki perbedaan dengan sekolah sederajat lainnya yaitu merupakan institusi yang berperan sebagai 'sangkar' dalam kepedulian dan pendalaman ilmu pengetahuan (*science*), teknologi dan kesenian yang berbasis pada Al-qur'an dan hadist. Lembaga ini juga memiliki tempat yang sangat representatif dan strategis. Representatif karena didirikan pada lokasi yang langsung bersentuhan dengan masyarakat dan strategis karena terletak dipusat kehidupan masyarakat, perekonomian, aktifitas dan jalur pendidikan masyarakat setempat.

3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian terapan yaitu penelitian yang dilakukan dengan tujuan menerapkan, menguji, dan mengevaluasi kemampuan suatu teori yang diterapkan dalam memecahkan masalah-masalah praktis (Sugiono, 2005:6).

Dalam pelaksanaannya, metode penelitian yang dipakai adalah metode survei. Menurut Singarimbun dan Effendi (1989:3), penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan cara menggunakan koesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005:72). Sedangkan sampel adalah bagian suatu subyek atau obyek yang memiliki populasi (Tika, 2006:33).

Winarno S dalam Narbuko dkk (2007:110) menyatakan “Apabila populasi cukup homogen, terhadap populasi dibawah 100 dapat dipergunakan sampel sebesar 50%, diatas 1.000 sebesar 15%”. Homogen dalam responden penelitian ini dalam hal agamanya, responden mayoritas beragama Islam. Peneliti mengambil seluruh elemen populasi (disebut dengan sensus) yang akan dijadikan sebagai subyek peneliti, hal tersebut karena jumlah dari wali murid PAUD Al-Qur’an berjumlah 52 orang.

3.4. Bentuk Data dan Jenis Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu, berdasarkan sifatnya dibagi menjadi dua, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Sedangkan sumber data penelitian adalah subyek dimana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah data primer dan sekunder (Tika, 2006:57).

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau obyek yang diteliti atau ada hubungannya dengan obyek yang diteliti. Dalam penelitian ini data primer menggunakan kuisisioner dan sumber data diperoleh dari responden yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan

peneliti. Responden dalam penelitian ini, diambil dari wali murid lembaga PAUD-Q Malang.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari kantor, buku (kepuustakaan) atau pihak-pihak lain yang memberikan data yang erat kaitannya dengan obyek dan tujuan penelitian. Dalam hal ini data sekunder diperoleh dari yayasan PAUD-Q, antara lain data mengenai sejarah, visi dan misi hingga jumlah santri PAUD-Q dari tahun 2007 hingga 2009.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuisisioner

Menurut Sugiono (2005:135), kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, kuisisioner akan diberikan kepada wali murid yayasan PAUD. Peneliti menggunakan kuisisioner sebagai salah satu teknik dalam pengumpulan data karena format kuisisioner telah *familier* (mudah dipahami) oleh responden.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya. Dokumentasi diperoleh dari literatur dan penelitian-penelitian sebelumnya.

3. Interview

Interview sering juga disebut dengan wawancara atau kuisisioner lisan, adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Arikunto, 2006:155). Interview dilakukan pada guru-guru (biasa disebut dengan “ustadzah”) dan pengelola PAUD-Q. Juga interview dilakukan pada responden untuk mengurangi banyak penafsiran (mendukung pengisian kuisisioner).

3.6. Definisi Operasional Variabel

Variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

X1 = Aktivitas

Aktivitas menurut Heymans, seorang Psikolog dunia adalah banyak sedikitnya orang menyatakan diri, menjelmakan perasaan dan pemikirannya dalam tindakan spontan (Suryabrata, 1995:72).

X2 = Minat

Minat adalah sikap yang membuat orang senang akan obyek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari obyek-obyek yang disenangi itu. Pola minat seseorang merupakan salah satu faktor yang menentukan kesesuaian orang dengan pekerjaannya (As'ad, 2004:6). Pada penelitian ini, minat responden dilihat dari aktifitas dan hal lain yang digemari.

X3 = Pendapat

Opinion (pendapat) adalah “jawaban” lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respon terhadap situasi stimulus di mana semacam “pertanyaan” diajukan

(Reynold dan Darden dalam Engel dkk, 1994:385). Pada penelitian ini, respon terhadap diri sendiri, orang lain, agama, pendidikan dan keberhasilan.

Secara terperinci gambaran pemetaan konsep variabel, dan item adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi operasional variable

Konsep	Variabel	Item
Segmentasi Psikografi	Aktifitas (x1)	<ul style="list-style-type: none"> - menegur sapa - bekerja dengan senang hati - bergetar hatinya mendengar lafat Allah disebut - melaksanakan solat 5 waktu - melakukan hal yang penting - menanam tanaman disekitar rumah - melakukan ibadah yang disunnahkan - mencari rizki yang halal - mencari info terbaru - berpakaian menutup aurat
	Minat (x2)	<ul style="list-style-type: none"> - senang kerapian - gemar olah raga - senang hal baru dan berbeda - mendahulukan kebutuhan dari keinginan - suka berkelompok - senang dengan rutinitas - senang mengikuti tren - suka memimpin - senang membuat sesuatu daripada membeli - suka memaafkan
	Opini (x3)	<ul style="list-style-type: none"> - saya seorang yang berpendidikan - memiliki kepercayaan diri tinggi - memiliki kelebihan dari orang lain - membantu merupakan suatu keharusan - merasa selalu diawasi Allah WT - memiliki konsisten yang tinggi - suka berfoya-foya - tidak mudah putus asa - menganggap aktifitas adalah ibadah - beranggapan koran lebih penting dari majalah

3.7. Tahap Pengolahan Data

3.7.1. Pengukuran Variabel

Pengukuran data adalah upaya untuk menghubungkan konsep dengan realitas. Instrumen untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan kisi-kisi teoritis dalam bentuk skala likert. Skala likert merupakan metode sikap dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap subyek atau kejadian tertentu. Penggunaan skala ini dikarenakan sebagai skala yang mudah dibuat, responden cepat memahami, bisa mengakomodir apa yang dilakukan dan dirasakan responden, fleksibel, aplikatif diberbagai situasi (Malhotra, 2005).

Rentang nilai pada skala likert ini antara skor 1 pada jenjang jawaban terendah (sangat tidak setuju) dan skor 5 pada jenjang jawaban tertinggi (sangat setuju) sebagaimana tabel berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

1	2	3	4	5
<i>Sangat Tidak Setuju</i>	<i>Tidak Setuju</i>	<i>Cukup Setuju</i>	<i>Setuju</i>	<i>Sangat Setuju</i>

Sumber : Malhotra (2005)

3.7.2. Pengukuran Rentang Kriteria

Pengukuran ini dilakukan untuk mengukur pendapat responden tentang kelompok aktivitas, kelompok minat, dan kelompok pendapat di lembaga PAUD Al-Qur'an berdasarkan interval skor pengukuran yang telah disusun. Menghitung skor tiap komponen menggunakan metode mengalikan seluruh frekwensi data

dengan nilai bobotnya. Perhitungannya menggunakan rumus sebagai berikut (Umar, 2004: 225):

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Dimana: n = jumlah sample

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

Tahap prosesnya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan skor terendah dan tertinggi dengan cara mengalikan jumlah sampel (n = 33). Terendah 33 dan tertinggi 165
2. Rentang tiap kriteria $RS = \frac{33(5 - 1)}{5} = 26,4$
3. Skala penilaian tiap kriteria adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Tabel Rentang Nilai Skor Jawaban Responden

Variabel	Interval Skor Nilai	Kriteria Penilaian
Aktifitas (X1)	33 – 59,4	Sangat tidak baik
	60,4 – 85,8	Tidak baik
	86,8 – 112,2	Cukup baik
	113,2 – 138,6	Baik
	139,6 - 165	Sangat Baik
Minat (X2)	33 – 59,4	Sangat rendah
	60,4 – 85,8	Rendah
	86,8 – 112,2	Cukup
	113,2 – 138,6	Tinggi
	139,6 - 165	Sangat Tinggi
Pendapat (X3)	33 – 59,4	Sangat tidak baik
	60,4 – 85,8	Tidak baik
	86,8 – 112,2	Cukup baik
	113,2 – 138,6	Baik
	139,6 - 165	Sangat Baik

3.7.3. Pengukuran Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum digunakan untuk menjangka data, maka terlebih dahulu dilakukan berbagai uji untuk mengetahui apakah kuesioner itu cukup layak untuk mengambil data variabel yang diteliti. Dalam hal ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas instrumen.

1. Validitas Instrumen

Sebuah instrument dikatakan valid apabila instrument itu mampu mengukur apa yang diinginkan. Untuk memperoleh instrument yang valid, langkah awal peneliti adalah memecah variabel menjadi sub variabel dan indikator kemudian disusun instrumen berupa kuisisioner, yang secara cermat dan kritis sebisa mungkin diusahakan dapat mencerminkan dan sesuai dengan indikator yang ada. Dikatakan validitas logis dikarenakan validitas ini diperoleh dengan usaha hati-hati melalui cara-cara yang benar sehingga menurut logika akan dicapai suatu tingkat validitas yang dikehendaki (Arikunto, 2006:169).

Untuk menguji validitas setiap faktor maka skor-skor yang ada pada faktor yang dimaksud dikorelasikan dengan skor total. Skor faktor dipandang sebagai nilai X dan skor total dipandang sebagai Y. Rumus korelasi yang dipakai adalah rumus korelasi produk momen dari pearson (Arikunto:2006), yaitu :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi produk moment

N = Banyaknya sampel uji coba

- Y = Skor total
- X = Skor pertanyaan tertentu
- XY = Skor pertanyaan tertentu
- X² = Jumlah varians faktor
- Y² = Kuadrat skor pertanyaan total

Instrumen dikatakan valid jika variabel yang diteliti nilai probabilitasnya < 0,05.

2. Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas menunjukkan pada pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 1993:142)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan reliabilitas internal yaitu reliabilitas yang diperoleh dengan cara menganalisis data satu kali pengujian (Arikunto, 2002:155). Adapun rumus yang digunakan dalam pengujian reliabilitas penelitian adalah rumus *Cronbach alpha* yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[r - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_b^2 = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Menurut Arikunto (1993) Instrumen dikatakan reliabel jika variabel yang diteliti mempunyai cronbach'alpha > 60% (0.60).

3.8. Model Analisis Data

Setelah data dikumpulkan dan diolah, langkah selanjutnya yaitu menganalisis data. Dalam penelitian ini, model atau teknis analisis yang digunakan adalah analisis Cluster.

Analisis cluster adalah sebuah alat untuk penelusuran (*exploring*). Analisis cluster menampakkan hubungan dan susunan menurut data dengan tidak memperhatikan alasan mengapa itu terjadi. Analisis cluster akan menunjukkan hasil yang penting bagi pengambilan keputusan. Tujuan dari analisis cluster adalah untuk meringkas atau membentuk kelompok-kelompok berdasarkan kesamaan karakteristik observasi atau kasus (tim wahana computer, 2005: 120-121). Pada tahap analisis cluster ini, penulis menggunakan SPSS 11.5. Adapun langkah-langkah dalam analisis cluster adalah sebagai berikut (Suliyanto, 2005: 143-145):

1. Merumuskan Masalah

Langkah paling penting dalam memformulasikan masalah adalah menentukan variabel yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan pengelompokan. Variabel yang dipilih harus dapat memenuhi kebutuhan sesuai dengan tujuan penelitiannya. Variabel yang dipilih dapat berdasarkan teori, penelitian terdahulu atau *judgement* dari peneliti yang diuji terlebih dahulu.

2. Memilih Metode Pengukuran Jarak

Karena pada prinsipnya analisis cluster adalah untuk mengelompokkan objek berdasarkan pada kemiripan, maka diperlukan suatu metode untuk mengukur kemiripan atau perbedaan antar objek.

Beberapa metode pengukuran jarak kemiripan di antaranya adalah:

a. *Euclidian Distance*

Dalam metode ini, pengukuran jarak dilakukan dengan menghitung akar kuadrat dari penjumlahan kuadrat perbedaan dari nilai masing-masing variabel. Metode pengukuran jarak ini yang paling umum dan sering digunakan.

b. *City Block/Manhattan Distance*

Dalam metode ini, pengukuran jarak dilakukan dengan menjumlahkan nilai absolut perbedaan untuk masing-masing variabel.

c. *Chebychev Distance*

Dalam metode ini, pengukuran jarak dilakukan dengan menjumlahkan nilai maksimum absolut perbedaan untuk beberapa variabel.

3. Memilih Prosedur Cluster

Pada dasarnya, prosedur/metode cluster dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. *Hierarchical cluster* yaitu metode pengelompokan di mana jumlah kelompok yang terbentuk belum diketahui oleh peneliti
- b. *K-means cluster* yaitu metode pengelompokan di mana jumlah kelompok yang terbentuk sudah diketahui oleh peneliti

4. Menentukan Jumlah Cluster

Beberapa pedoman yang digunakan untuk menentukan jumlah cluster adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan teoritis, dalam penentuan jumlah cluster di dasarkan pada teori yang sudah ada
 - b. Dalam analisis cluster hierarki, jumlah cluster dapat ditentukan dengan melihat *output agglomeration schedule* atau dendogram
 - c. Dalam cluster K-mean, rasio antara dari total varian dalam cluster dengan cluster lain dapat digunakan untuk menentukan jumlah cluster. Titik di mana terjadi tekukan yang tajam digunakan untuk menentukan jumlah cluster
 - d. Jumlah cluster yang ditentukan harus dapat memberikan makna
5. Menginterpretasikan Cluster yang Terbentuk

Dalam menginterpretasikan hasil cluster harus dapat menentukan variabel-variabel apa yang akan digunakan untuk membedakan antara cluster satu dengan yang lain. Ada kalanya satu variabel pada setiap objek relatif sama sehingga variabel tersebut tidak signifikan digunakan untuk membedakan cluster yang satu dengan yang lain. Di samping itu, peneliti dituntut untuk mampu memberi nama pada cluster yang terbentuk. Nama cluster yang terbentuk didasarkan pada variabel-variabel yang membentuk cluster tersebut.

6. Mengukur Validitas dan Reliabilitas Cluster yang Terbentuk

Beberapa cara yang dapat digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas cluster yang terbentuk adalah sebagai berikut:

- a. Membuat analisis cluster dengan menggunakan data yang sama dengan menggunakan metode pengukuran jarak yang berbeda. Jika hasilnya tidak jauh berbeda, maka cluster yang terbentuk dinyatakan telah baik.

- b. Membuat analisis cluster dengan menggunakan data yang sama dengan prosedur cluster yang berbeda. Jika hasilnya tidak jauh berbeda, maka cluster yang terbentuk dinyatakan telah baik.
- c. Membagi data menjadi dua bagian, kemudian setiap bagian dianalisis dengan menggunakan analisis cluster. Jika hasil antara bagian yang satu dengan bagian yang lain tidak jauh berbeda, maka cluster yang terbentuk dinyatakan telah baik
- d. Menghilangkan salah satu variabel, kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis cluster. Jika hasil antara bagian yang satu dengan bagian yang lain tidak jauh berbeda, maka cluster yang terbentuk dinyatakan telah baik
- e. Dalam *K-means cluster*, dapat dilakukan analisis cluster secara berulang-ulang dengan menggunakan objek yang berbeda-beda. Jika hasilnya relatif tetap, maka cluster yang terbentuk dinyatakan baik.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini Al-Qur'an (PAUD-Q) adalah institusi pendidikan yang beralamat di Jalan Raya Kepuharjo Nomor 52 Desa Kepuharjo Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. Pada awalnya, PAUD Al Qur'an merupakan lembaga yang dulunya Raudhatul Athfal (RA) Al-Qur'an Sunan Kalijaga kampus II sebagai cabang dari RA Sunan Kalijaga yang berada di desa Genitri Ngenep Karangploso Malang yang terkenal dengan RA kampus I. RA Al-Qur'an Sunan Kalijaga kampus I merupakan lembaga pendidikan formal dibawah naungan Departemen Agama (Depag) yang didirikan pada tahun 2006

Pada tahun ajaran 2007/2008 RA Al-Qur'an kampus II yang merupakan cabang dari RA Sunan Kalijaga ini memiliki murid sebanyak 18. Pada saat itu di kawasan Karangploso belum terdapat lembaga pendidikan untuk anak usia dini yang berbasis Islam, padahal masyarakat sekitar menginginkan adanya lembaga pendidikan formal untuk anak usia dini namun juga masih tetap berbasis Islam. Berdasar pemikiran tersebut perlu untuk diupayakan secara independent RA Al-Qur'an kampus II dikembangkan atau dirubah menjadi PAUD Al-Qur'an dibawah naungan Departemen Pendidikan Nasional (Diknas) bukan lagi dibawah Depag. Namun begitu, PAUD Al-Qur'an (PAUD-Q) masih tetap menggunakan ramuan kurikulum berbasis Islam. Dengan demikian, PAUD-Q tidak lagi sebagai anak cabang dari RA Sunan Kalijaga. Pada tahun 2008 proses perijinan dilakukan sehingga tahun ajaran berikutnya, tepatnya tahun ajaran 2008/2009, lembaga

PAUD-Q berhasil berdiri sendiri sebagai lembaga formal yang bergerak dibidang pendidikan anak usia dini dibawah naungan yayasan Darussalam dengan jumlah murid sebanyak 38 murid.

Seiring berjalannya waktu, kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan untuk putra-putrinya dengan bekal pendidikan berbasis Islam, pada tahun berikutnya, tahun ajaran 2009/2010 PAUD-Q dapat merekrut murid sebanyak 52 murid. Kenaikan yang sangat drastis sekitar 30%-40%. Perkembangan yang cukup signifikan ini dipandang sebagai peningkatan jumlah yang sangat signifikan bilamana dibandingkan dengan data pertahun 2008/2009 sebanyak 38 murid. Tentunya fakta perkembangan jumlah anak didik yang cukup signifikan ini memiliki arti bahwa preferensi kepercayaan masyarakat semakin meningkat dan secara khusus memiliki segmen (bidikan) pangsa pasar yang sangat potensial. Tentunya kepercayaan masyarakat tersebut didukung dengan adanya aspek lokasi, visi, misi dan tujuan yang baik, sehingga lembaga PAUD-Q memiliki daya tarik bagi masyarakat.

Visi lembaga PAUD-Q antara lain *pertama*, menjadikan PAUD-Q sebagai institusi yang berperan sebagai "sangkar" dalam kepedulian dan pendalaman ilmu pengetahuan (*science*), teknologi dan kesenian yang berbasis pada Al-Qur'an dan Hadis dalam koridor *Ahlu Sunnah Waljama'ah*. *Kedua*, menjadikan PAUD-Q yang dibangun atas dasar kesadaran dan niatan yang baik guna mewujudkan kedamaian dan kesejahteraan bagi anak didik. Disisi lain PAUD-Q juga memiliki misi yang sangat mulia antara lain *pertama*, mengantarkan pada anak didik yang memiliki akidah agama yang kokoh dan menjadi generasi qur'ani yang *akhlaqul*

karimah. Kedua, memberikan pelayanan terhadap pengembangan ilmu agama, pengetahuan (*science*), teknologi dan kesenian melalui pendidikan, penelitian (*research*) dan pengabdian pada masyarakat. *Ketiga*, memberikan keteladanan dalam kehidupan atas dasar nilai-nilai Islam dan budaya luhur bangsa.

Tujuan didirikan lembaga PAUD Al-Qur'an adalah untuk menumbuhkan dan mempersiapkan anak didik menjadi kader bangsa yang berkualitas dari aspek *science*, bertaqwa, tangguh aqidah, berakhlak mulia, tekun beribadah, memiliki keluasan ilmu dan fasih membaca Al Quran. Dengan demikian melalui lembaga PAUD-Q dapat memberikan bekal dasar bagi anak didik untuk menjadi generasi yang mencintai Al-Qur'an dan menjadikan Al-Qur'an sebagai bacaan dan pandangan hidup sehari-hari.

Dengan melihat perkembangan yang cukup signifikan maka isu-isu strategis pemasaran sangat penting untuk dikaji khususnya yang berhubungan dengan segmentasi karena heterogenitas, dinamisasi, pluralisasi dari keinginan dan tuntutan masyarakat terus mengalami perkembangan. Isu-isu strategi pemasaran terkini menekankan pada kreatifitas dan kejelian pelaku pemasaran sehingga persaingan antar lembaga pendidikan tidak dapat terelakkan dan serasa menjadi keunikan dan tantangan tersendiri.

4.2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh wali murid PAUD-Q. Pendiskripsian identitas responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, profesi dan penghasilan dimaksudkan untuk mengetahui komposisi gambaran

responden yang terlibat dalam penelitian. Dari sebanyak 52 responden (jumlah wali murid) di PAUD-Q kuisisioner yang dapat diolah kembali hanya sebanyak 33. Ada beberapa faktor yang menyebabkan *feedback* kuisisioner kurang maksimal karena responden (wali murid) lupa membawa kuisisioner untuk dikembalikan, kurangnya pemahaman terkait dengan pentingnya mengisi kuisisioner serta kurangnya pengawasan peneliti dalam mendampingi responden dalam mengisi kuisisioner. Namun demikian, total kuisisioner yang dapat diterima peneliti dan dinyatakan memenuhi kaidah ilmiah untuk dilakukan pengolahan lebih lanjut sebanyak 33 (63,46%) dari total 52 responden.

Pada penelitian ini, sasaran utamanya adalah wali murid PAUD Al-Qur'an sehingga pada penelitian ini bisa diisi oleh wali laki-laki (ayah) atau wali perempuan (ibu). Berdasarkan hasil frekuensi responden pada penelitian ini hampir seimbang, responden laki-laki 48,5% sedangkan responden perempuan 51,5%, artinya cukup mewakili dari wali laki-laki maupun wali perempuan. Responden mayoritas berumur 30-40 tahun dengan prosentase 57,6%. Pendidikan terakhir responden mayoritas SMU/ sederajat sebanyak 63,3%, terdapat juga responden yang berpendidikan non-formal sebanyak 12,1%. Responden yang berprofesi sebagai wiraswasta (51,5%) merupakan profesi yang banyak digeluti responden. Pendapatan tiap bulan responden kurang dari lima ratus ribu (42,4%) sedangkan sebanyak 36,4% berpendapatan lima ratus ribu hingga satu juta rupiah.

Gambaran secara terperinci tentang komposisi responden dapat disajikan pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1 Gambaran Singkat Komposisi Responden

<i>Informasi Responden</i>		
Jenis Kelamin	<i>Frekuensi</i>	<i>Prosen (%)</i>
laki-laki	16	48.5
Perempuan	17	51.5
<i>Total</i>	<i>33</i>	<i>100.0</i>
<i>Usia</i>		
21-30 tahun	8	24.2
31-40 tahun	19	57.6
> 40 tahun	6	18.2
<i>Total</i>	<i>33</i>	<i>100.0</i>
<i>Pendidikan</i>		
SD	3	9.1
SMP / sederajat	2	6.1
SMA / sederajat	21	63.6
DIPLOMA	1	3.0
SARJANA	2	6.1
Lain-lain	4	12.1
<i>Total</i>	<i>33</i>	<i>100.0</i>
<i>Profesi</i>		
PNS/POLRI/TNI	2	6.1
Wiraswasta	17	51.5
Karyawan	7	21.2
Ibu Rumah Tangga	7	21.2
<i>Total</i>	<i>33</i>	<i>100.0</i>
<i>Pendapatan</i>		
< Rp.500.000,-	14	42.4
Rp.500.000 – Rp.1.000.000	12	36.4
Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000	3	9.1
Rp.1.500.000 – Rp.2.000.000	3	9.1
>Rp. 2.000.000	1	3.0
<i>Total</i>	<i>33</i>	<i>100.0</i>

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2010 [lampiran 3]

Pada tabel 4.2 dapat diinformasikan bahwasannya secara keseluruhan responden yang berprofesi sebagai wiraswasta berpendidikan akhir SMU/SMK (sebanyak 13 responden). Responden wiraswasta terdiri dari 11 orang laki-laki dan 6 perempuan. Profesi sebagai wiraswasta yang digeluti bisa jadi sebagai seorang penjual barang di pasar, karena secara geografis PAUD-Q terletak di

kawasan pasar. Bisa dikatakan pula, bahwa yang dimaksudkan dengan wiraswasta oleh responden bisa sebagai pekerja lepas karena melihat pendapatan yang diperoleh tiap bulan mayoritas kurang dari lima ratus ribu hingga satu juta rupiah. Jumlah responden yang berprofesi sebagai wiraswasta dengan pendapatan kurang dari lima ratus ribu sebanyak 8 orang sedangkan yang berpenghasilan lima ratus ribu hingga satu juta sebanyak 7 orang, sedang yang lainnya terdistribusi pada profesi lain (PNS, karyawan dan sebagai ibu rumah tangga) juga terdistribusi pada jumlah pendapatan yang lain.

Tabel 4.2 Tabulasi Silang Informasi Responden Berdasarkan Profesi dengan Jenis Kelamin, Pendidikan dan Pendapatan

<i>GENDER * PROFESI Crosstabulation</i>						
GENDER	PROFESI				Total	
	PNS/POLRI/TNI	Wiraswasta	karyawan	ibu Rumah Tangga		
laki-laki	0	11	5	0	16	
Perempuan	2	6	2	7	17	
<i>Total</i>	2	17	7	7	33	
<i>PENDIDIKAN * PROFESI Crosstabulation</i>						
PENDIDIKAN	PROFESI				Total	
	PNS/POLRI/TNI	Wiraswasta	karyawan	ibu Rumah Tangga		
SMU/SMK	0	13	7	4	24	
akademi/diploma	0	1	0	0	1	
Sarjana	2	0	0	0	2	
SD	0	3	0	1	4	
SLTP	0	0	0	2	2	
<i>Total</i>	2	17	7	7	33	
<i>PROFESI * PENDAPATAN Crosstabulation</i>						
PROFESI	PENDAPATAN					Total
	< 500 rb	500rb - 1 jt	1 - 1,5 jt	1,5 - 2 jt	> 2 jt	
PNS/POLRI/TNI	0	0	0	1	1	2
Wiraswasta	8	7	1	1	0	17
Karyawan	0	4	2	1	0	7
ibu Rumah Tangga	6	1	0	0	0	7
<i>Total</i>	14	12	3	3	1	33

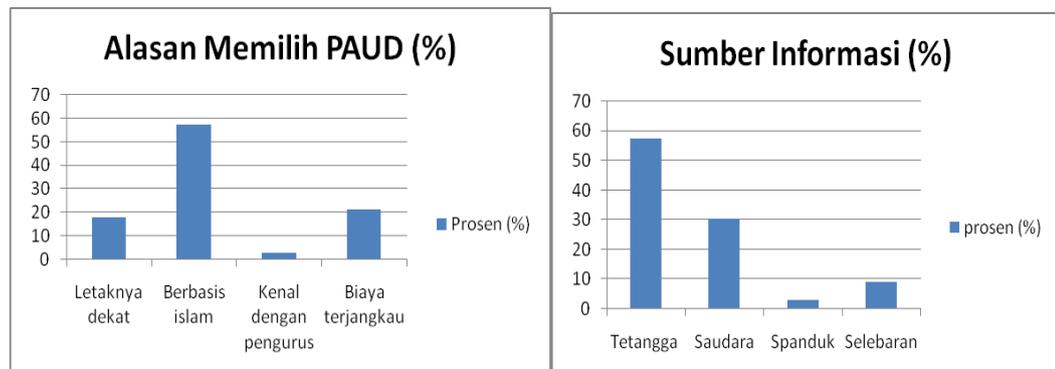
Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2010 [Lamiran 3]

Tabel 4.3 Alasan Memilih PAUD

<i>Informasi Responden</i>	
Alasan Memilih PAUD	<i>Prosen (%)</i>
Letaknya dekat	18.2
Berbasis islam	57.6
Kenal dengan pengurus	3.0
Biaya terjangkau	21.2
<i>Total</i>	100.0
<i>Sumber Informasi</i>	
Tetangga	57.6
Saudara	30.3
Spanduk	3.0
Selebaran	9.1
<i>Total</i>	100.0

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2010 [Lampiran 3]

Gambar 4.1 Diagram Batang alasan memilih PAUD-Q dan sumber informasi



Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2010 [Lampiran 3]

Berdasarkan tabel 4.3 dan gambar 4.1 diagram batang, responden memilih PAUD-Q untuk menyekolahkan putra-putrinya mayoritas karena PAUD-Q berbasis Islam dengan prosentase 57,6%. Di samping karena PAUD-Q berbasis Islam, juga karena biaya yang terjangkau, sesuai dengan pendapatan yang diperoleh setiap bulannya. Murid PAUD-Q (yang biasa disebut dengan “santri”) setiap harinya mengenakan seragam berbusana, mengenakan jilbab untuk santri putri dan mengenakan kopiah (peci) untuk santri putra. Hal ini sesuai dengan visi

PAUD-Q yang ingin menjadikan PAUD-Q sebagai institusi yang berperan sebagai ‘sangkar’ dalam kepedulian dan pendalaman ilmu pengetahuan (*science*), teknologi dan kesenian yang berbasis pada Al-qur’an dan hadis.

Responden mendapatkan informasi tentang keberadaan PAUD-Q setengah dari mereka menjawab memperoleh informasi dari tetangga sebanyak 57,6%, dari saudara 30,3%, dan sisanya terdistribusi pada selebaran dan spanduk. PAUD-Q dapat berkembang meski hanya menggunakan media promosi *word of mouth* (dari mulut ke mulut), promosi yang tidak perlu mengeluarkan biaya mahal. Kesuksesan *word of mouth* menandakan bahwa PAUD-Q memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggannya, karena tidak mungkin konsumen mau bercerita tentang kebaikan suatu produk ataupun jasa jika memang kenyataannya produk atau jasa tersebut tidak memuaskan bagi konsumen.

4.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

Pengujian validitas instrument dalam penelitian ini menggunakan perhitungan korelasi antara masing-masing item pernyataan dengan skor total yang dikenal menggunakan rumus korelasi *product moment*. Sedangkan pengujian reliabilitas instrument juga dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dihandalkan. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*. Hasil pengujian validitas instrument secara rinci disajikan pada rekapitulasi tabel berikut.

Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Semua Item (Tahap I)

Kelompok	Item	Sig. (2-tailed)	Keputusan
Aktivitas	1. Menegur sapa	0,053	<i>Gugur</i>
	2. Senang bekerja	0,003	Valid
	3. Wajilat Qulubuhum	0,000	Valid
	4. Sholat 5 waktu	0,000	Valid
	5. Melakukan hal penting	0,000	Valid
	6. Bertanam sekitar rumah	0,001	Valid
	7. Beribadah sunah	0,004	Valid
	8. Mencari rizki halal	0,196	<i>Gugur</i>
	9. Mencari info terbaru	0,001	Valid
	10. Menutup aurat	0,003	Valid
Minat	11. Senang kerapian	0,009	Valid
	12. Senang olah raga	0,000	Valid
	13. Senang hal baru dan berbeda	0,000	Valid
	14. Memprioritaskan kebutuhan	0,088	<i>Gugur</i>
	15. Suka berkelompok	0,042	Valid
	16. Senang rutinitas hidup	0,120	<i>Gugur</i>
	17. Senang mengikuti trend	0,000	Valid
	18. Suka memimpin	0,000	Valid
	19. Senang membuat sesuatu	0,010	Valid
	20. Suka memaafkan	0,008	Valid
Pendapat	21. Saya berpendidikan	0,000	Valid
	22. Saya memiliki percaya diri yang tinggi	0,000	Valid
	23. Saya memiliki kelebihan	0,000	Valid
	24. Membantu suatu keharusan	0,006	Valid
	25. Merasa selalu diawasi Allah	0,552	<i>Gugur</i>
	26. Memiliki konsisten tinggi	0,002	Valid
	27. Saya suka berfoya-foya	0,596	<i>Gugur</i>
	28. Tidak mudah putus asa)	0,325	<i>Gugur</i>
	29. Aktifitasku adalah ibadahku	0,034	Valid
	30. Koran lebih penting dari majalah	0,092	<i>Gugur</i>

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2010 [Lampiran 4]

Berdasarkan Tabel 4.4 item yang dinyatakan valid adalah item yang memiliki nilai probabilitas (sig) < 0,05, begitu juga sebaliknya. Item yang dinyatakan tidak valid tidak diikutsertakan ke pengujian selanjutnya yaitu item pada nomor 1, 8, 14, 16, 25, 27, 28 dan 30. Dengan demikian dari total item sebanyak 30 yang dinyatakan tidak valid sejumlah 8 item, yang dinyatakan valid sejumlah 22 item sehingga berhak untuk diikutsertakan kepengujian selanjutnya sebagaimana hasil rekap tabel berikut.

**Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Item yang Valid (Tahap II)**

Kelompok	Item	Sig. (2-tailed)	Koefisien Alpha	Keputusan
Aktivitas	<i>Senang bekerja</i>	0,003	0,6837	Valid dan Reliabel
	<i>Wajilat Qulubuhum (V1₃)</i>	0,000		
	<i>Sholat 5 waktu (V1₄)</i>	0,000		
	<i>Melakukan hal penting (V1₅)</i>	0,000		
	<i>Bertanam sekitar rumah (V1₆)</i>	0,001		
	<i>Beribadah sunah (V1₇)</i>	0,004		
	<i>Mencari info terbaru (V1₉)</i>	0,001		
	<i>Menutup aurat (V1₁₀)</i>	0,003		
Minat	<i>Senang kerapian (V2₁)</i>	0,009	0,6576	Valid dan Reliabel
	<i>Senang olah raga (V2₂)</i>	0,000		
	<i>Senang hal baru dan berbeda (V2₃)</i>	0,000		
	<i>Suka berkelompok (V2₅)</i>	0,042		
	<i>Senang mengikuti trend (V2₇)</i>	0,000		
	<i>Suka memimpin (V2₈)</i>	0,000		
	<i>Senang membuat sesuatu (V2₉)</i>	0,010		
	<i>Suka memaafkan (V2₁₀)</i>	0,008		
Pendapat	<i>Saya berpendidikan (V3₁)</i>	0,000	0,6885	Valid dan Reliabel
	<i>Saya memiliki PD yang tinggi (V3₂)</i>	0,000		
	<i>Saya memiliki kelebihan (V3₃)</i>	0,000		
	<i>Membantu suatu keharusan (V3₄)</i>	0,006		
	<i>Memiliki konsisten tinggi (V3₆)</i>	0,002		
	<i>Aktifitasku adalah ibadahku (V3₉)</i>	0,034		

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2010 [Lampiran 5]

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan item-item instrument penelitian yang ada pada kelompok Aktivitas, Minat dan Pendapat dinyatakan valid karena nilai probabilitas $< 0,05$ ($\rho < 0,05$) dan juga dinyatakan reliabel karena nilai koefisien alpha cronbach $> 0,6$ sehingga seluruh item yang ada pada instrument penelitian ini dikatakan layak untuk pengujian selanjutnya.

4.4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tujuan analisis statistik deskriptif pada penelitian antara yaitu untuk menginterpretasikan distribusi frekuensi jawaban/respon responden mengenai Aktivitas, Minat dan Pendapat responden.

4.4.1. Deskripsi Kelompok

A. Deskripsi Frekuensi Kelompok (Aktivitas, Minat, dan Pendapat)

Secara umum informasi deskripsi jawaban responden pada kelompok dalam penelitian ini dapat disajikan sebagaimana tabel berikut.

Tabel 4.6 Ringkasan Tabulasi Jawaban Responden Tiap Kelompok

	Aktivitas (V1)	Minat (V2)	Pendapat (V3)
Jumlah Item	8	8	6
n (Sampel)	33	33	33
Mean	33.6667	28.3333	21.4545
Standart Deviasi	2.83578	3.84599	3.32689
Min	28.00	16.00	15.00
Max	39.00	35.00	29.00
Total Skor Rata2	138,87	116,87	118

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2010 [Lampiran 6]

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh informasi bahwa secara umum responden penelitian ini yaitu wali murid PAUD-Q sejumlah 33 orang. Pada kelompok aktivitas terdapat 8 item pertanyaan yang dijawab seluruhnya oleh responden. Kelompok minat terdapat 8 item pertanyaan dan kelompok pendapat terdapat 6 pertanyaan yang kesemuanya juga dijawab oleh responden. Nilai mean (rata-rata) menunjukkan jawaban responden dilihat dari skala yang digunakan. Pada penelitian ini skala yang digunakan adalah skala Likert dengan rentang 1 hingga 5. Sehingga jawaban responden 33.66 (dibulatkan menjadi 4) seperti pada tabel 4.6 mengartikan bahwa rata-rata kelompok aktivitas (v1) responden menjawab

setuju. Begitu seterusnya untuk kelompok minat dan kelompok pendapat. Untuk lebih jelas dan rincinya, disajikan distribusi jawaban responden tiap kelompok pada pembahasan berikut.

B. Deskripsi Frekuensi Aktivitas (v1)

Tabel 4.7 Ringkasan Distribusi Frekuensi Kelompok Aktivitas (v1)

Item	Total Skor (%)					Total Skor	Penilaian
	STS	TS	KS	S	SS		
v1.1				54.5	45.5	150	sangat baik
v1.2			3.0	57.6	39.4	144	sangat baik
v1.3			3.0	27.3	66.7	151	sangat baik
v1.5			6.1	66.7	27.3	139	sangat baik
v1.7			12.1	69.7	18.2	134	baik
v1.8			18.2	69.7	12.1	130	baik
v1.9	3.0	15.2	12.1	63.6	6.1	117	baik
v1.10			6.1	45.5	48.5	146	sangat baik
<i>Total Skor Kelompok</i>						<i>1111</i>	sangat baik
<i>Total Skor Rata-Rata</i>						<i>138,87</i>	sangat baik

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2010 [Lampiran 6]

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa kelompok aktivitas yang memiliki item sebanyak 8 yang meliputi senang bekerja (v1.1), *wajilat qulubuhum* (bergerak hatinya) (v1.2), sholat 5 waktu (v1.3), melakukan hal penting (v1.5), bertanam di sekitar rumah (v1.7), beribadah sunah (v1.8), mencari info terbaru (v1.9), menutup aurat (v1.10) memiliki skor rata-rata sebesar 138,87. Sesuai dengan jumlah rentang kriteria yang telah dicantumkan pada bab II, angka tersebut menunjukkan bahwa secara umum stakeholders PAUD-Q termasuk seorang yang beraktifitas sesuai dengan aktifitas dalam tipologi manusia yang mukmin, muslim dan muhsin. Pada item senang bekerja (v1.1) rata-rata responden menjawab dengan jawaban sangat setuju sebesar 45.5% dengan jawaban setuju sebesar 54.5% dengan jumlah responden berturut-turut 15 dan 18. Begitu seterusnya dari

item *wajilat qulubuhum* (v1.2) hingga item menutup aurat (v1.10) rata-rata jawaban responden adalah sangat setuju, setuju, dan kurang setuju. Responden pada jawaban kurang setuju memiliki nilai yang sangat minor. Dari jawaban responden terdapat jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju pada item mencari info terbaru sebesar 3.0% dan 15.2%.

C. Deskripsi Frekuensi Kelompok Minat (v2)

Tabel 4.8 Ringkasan Distribusi Frekuensi Kelompok Minat (v2)

Item	Total Skor (%)					Total Skor	Penilaian
	STS	TS	CS	S	SS		
v2.1				27.3	72.7	156	sangat tinggi
v2.2	3.0		9.1	69.7	18.2	132	tinggi
v2.3		12.1	24.2	57.6	6.1	118	tinggi
v2.5	3.0	21.2	27.3	45.5	3.0	107	cukup
v2.7	3.0	45.5	18.2	33.3		93	cukup
v2.8	9.1	48.5	27.3	15.2		82	rendah
v2.9		12.1	36.4	45.5	6.1	114	tinggi
v2.10	12.1	3.0		39.4	45.5	133	tinggi
<i>Total Skor Kelompok</i>						935	<i>tinggi</i>
<i>Total Skor Rata-Rata</i>						116,87	<i>tinggi</i>

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2010 [Lampiran 6]

Informasi yang diperoleh berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa kelompok minat yang memiliki indikator sebanyak 8 meliputi senang kerapian (v2.1), senang berolah raga (v2.2), senang hal baru dan berbeda (v2.3), suka berkelompok (v2.5), senang mengikuti trend (v2.7), suka memimpin (v2.8), senang membuat sesuatu (v2.9), suka memaafkan (v2.10) memiliki total skor rata-rata item sebesar 116,87. Sesuai dengan jumlah rentang kriteria yang telah dicantumkan pada bab II, angka tersebut menunjukkan bahwa secara umum minat konsumen PAUD-Q tergolong tinggi. Artinya stakeholders PAUD-Q menyenangi aktifitas dan hal-hal yang berkenaan dengan aktifitas orang-orang yang tergolong

dalam tipologi mukmin, muslim dan muhsin. Distribusi jawaban pada kelompok minat (v2) sangat bervariasi. Responden stakeholders PAUD-Q memiliki kegemaran terhadap kerapian, 72.7% menjawab sangat setuju dan sisanya menjawab setuju terhadap kegemaran mereka terhadap kerapian. Begitu pula pada penafsiran angka pada item selanjutnya.

D. Deskripsi Frekuensi Kelompok Pendapat (v3)

Tabel 4.9 Ringkasan Distribusi Frekuensi Kelompok Pendapat (v3)

Item	Total Skor (%)					Total Skor	Penilaian
	STS	TS	CS	S	SS		
v3.1	15.2	30.3	15.2	36.4	3.0	93	cukup baik
v3.2		27.3	27.3	39.4	6.1	107	cukup baik
v3.3	6.1	30.3	33.3	24.2	6.1	97	cukup baik
v3.4		3.0	6.1	48.5	42.4	142	sangat baik
v3.6		3.0	21.2	69.7	6.1	125	baik
v3.9		3.0	3.0	48.5	45.5	144	sangat baik
<i>Total Skor Kelompok</i>						708	<i>baik</i>
<i>Total Skor Rata-Rata</i>						118	<i>baik</i>

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2010 [Lampiran 6]

Informasi yang diperoleh berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa kelompok pendapat yang memiliki indikator sebanyak 6 meliputi saya berpendidikan (v3.1), saya memiliki PD (Percaya Diri) yang tinggi (v3.2), saya memiliki kelebihan (v3.3), membantu suatu keharusan (v3.4), memiliki konsisten tinggi (v3.6), menganggap aktifitas adalah ibadahnya (v3.9) memiliki total skor rata-rata item sebesar 118. Sesuai dengan jumlah rentang kriteria yang telah dicantumkan pada bab II, angka tersebut menunjukkan bahwa secara umum kelompok pendapat memiliki kategori yang baik. Artinya pendapat konsumen PAUD-Q sama atau sesuai dengan pendapat tipologi manusia mukmin, muslim maupun muhsin. Sama halnya pada kelompok aktivitas (v1) dan kelompok minat

(v2), dalam menafsirkan angka-angka pada distribusi frekuensi kelompok pendapat (v3) melihat dari total skor jawaban responden dari sangat setuju hingga jawaban sangat tidak setuju. Pada item saya berpendidikan (v3.1) distribusi jawaban responden sangat bervariasi. Hal ini menunjukkan bahwa responden dari stakeholders tidak semua memiliki pendidikan yang tinggi. Begitu pula dengan item memiliki kepercayaan diri yang tinggi (v3.2), terdapat responden yang tidak setuju bahwa dirinya memiliki kepercayaan tinggi. Bahkan pada item memiliki kelebihan (v3.3) terdapat responden yang sangat tidak setuju bahwa dirinya memiliki kelebihan yang tidak dimiliki kelebihan orang lain, kelebihan yang dimiliki kemungkinan menurutnya dimiliki juga oleh orang kebanyakan. Begitu seterusnya hingga item v3.9 yaitu responden yang menganggap aktifitasnya adalah ibadahnya.

4.5. Analisis Cluster

Pada penelitian ini analisa *cluster* yang digunakan dengan menggunakan metode non-hierarki atau yang sering dikenal dengan K-means *cluster*, karena peneliti telah mengetahui jumlah kelompok (*cluster*) yang terbentuk. Jumlah kelompok (terdapat 3 *cluster*) didasarkan pada bentuk tipologi manusia yang memiliki sifat *muthma'innah* (telah dijelaskan pada bab II). Hasil analisis *cluster* dengan menggunakan SPSS 11.5 adalah sebagai berikut.

Berdasarkan table 4.10 menunjukkan bahwa terjadi *cluster* awal di mana seperti permintaan telah terbentuk 3 *cluster*. Oleh karena nanti akan dihasilkan

proses *clustering* sesudah iterasi (berulang-ulang) yang justru adalah hasil akhir *cluster*, maka *output initial cluster centers* tidak dianalisis.

Tabel 4.10 Initial Cluster Centers

	Cluster		
	1	2	3
senang bekerja	5.00	4.00	5.00
wajilat qulubuhum	4.00	4.00	5.00
solat 5 waktu	3.00	4.00	5.00
melkukan hal penting	4.00	4.00	5.00
bertanam	4.00	4.00	4.00
beribadah sunah	3.00	4.00	3.00
mencari info terbaru	4.00	1.00	2.00
menutup aurat	3.00	4.00	5.00
senang kerapian	5.00	4.00	5.00
senang olah raga	5.00	1.00	5.00
senag hal baru & beda	5.00	2.00	2.00
suka berkelompok	3.00	2.00	5.00
senang mengikuti tren	4.00	2.00	2.00
suka memimpin	4.00	2.00	2.00
senang membuat sesuatu	3.00	2.00	5.00
suka memaafkan	4.00	1.00	2.00
saya berpendidikan	4.00	4.00	1.00
PD saya tinggi	4.00	3.00	5.00
saya mmlki kelebihan	3.00	3.00	5.00
keharusan membantu	4.00	4.00	5.00
konsisten tinggi	4.00	3.00	5.00
aktifitasku ibadahku	4.00	5.00	5.00

Sumber: Data olah February, 2010 [Lampiran 7]

Tabel 4.11 Iteration History(a)

Iteration	Change in Cluster Centers		
	1	2	3
1	3.508	3.958	3.824
2	.213	.924	.778
3	.182	1.077	1.217
4	.154	.466	.000
5	.256	.526	.000
6	.336	.540	.000
7	.194	.251	.000
8	.000	.000	.000

Sumber: Data olah February, 2010 [Lampiran 7]

Proses iterasi mencoba mengubah *cluster* yang ada sebelumnya (initial) sehingga menjadi lebih tepat dalam mengelompokkan kasus (Santoso, 2005:73). Tabel 4.11 menunjukkan bahwa dalam menganalisis *cluster* pada kasus ini telah terjadi delapan kali proses iterasi, artinya dalam model persamaan ini telah dilakukan proses rotasi *cluster* sebanyak delapan kali sehingga dapat menemukan hasil yang optimal. Setelah terjadi delapan tahapan iterasi (proses pengulangan dengan ketepatan lebih tinggi dari sebelumnya), didapat hasil final *cluster*.

Tabel 4.12 Final Cluster Centers

	<i>Cluster</i>		
	1	2	3
senang bekerja	4.65	4.33	4.75
wajilat qulubuhum	4.47	4.08	4.75
solat 5 waktu	4.59	4.50	4.75
melkukan hal penting	4.41	3.83	4.50
bertanam	4.24	3.83	4.00
beribadah sunah	4.00	3.92	3.75
mencari info terbaru	4.12	2.75	3.50
menutup aurat	4.41	4.33	4.75
senang kerapian	4.67	4.76	4.75
senang olah raga	4.24	3.67	4.00
senag hal baru & beda	4.00	3.08	3.25
suka berkelompok	3.47	2.58	4.25
senang mengikuti tren	3.41	2.25	2.00
suka memimpin	2.82	2.17	2.00
senang membuat sesuatu	3.47	3.25	4.00
suka memaafkan	4.53	4.25	1.25
saya berpendidikan	3.41	2.17	2.25
PD saya tinggi	3.59	2.58	3.75
saya mmlki kelebihan	3.29	2.25	3.50
keharusan membantu	4.59	3.83	4.50
konsisten tinggi	4.06	3.25	4.25
aktifitasku ibadahku	4.47	4.17	4.50

Sumber: Data olah February, 2010 [Lampiran 7]

Output final cluster centers (tabel 4.12) digunakan untuk menentukan atribut-atribut yang menjadi penilaian dominan dari setiap *cluster*. Jika atribut tersebut memiliki nilai tertinggi pada satu *cluster*, berarti *cluster* tersebut mempunyai penilaian yang dominan terhadap *cluster* tersebut, dengan asumsi bahwa dalam penyusunan kuesioner merupakan kuesioner yang positif. Semakin tinggi nilai skala dalam kuesioner, semakin positif tanggapan responden.

1. Jika angka pada tabel $<$ nilai tengah skala; sikap responden pada kelompok/atribut tersebut adalah negatif
2. Jika angka pada tabel \geq nilai tengah skala; sikap responden pada kelompok/atribut tersebut adalah positif

Nilai tengah skala merupakan nilai tengah dari skala yang disusun, jika kuesioner dengan skala 3, maka nilai tengahnya 2, jika skala 5 nilai tengahnya 3, jika skala 7 nilai tengahnya 4, dan seterusnya (Suliyanto, 2005:151-152). Pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan skala 5, maka nilai tengahnya adalah 3.

Penentuan atribut pada setiap *cluster* ditentukan berdasarkan nilai terbesar pada setiap *cluster*. Berdasarkan hasil analisis sebagaimana tabel 4.12 menunjukkan bahwa untuk masing-masing kasus dikelompokkan menjadi tiga kelompok. Sedangkan isi dari masing-masing *cluster* adalah sebagai berikut.

a. *Cluster 1*

Modernis spiritualis adalah responden yang menanam (memelihara) tanaman disekitar rumahnya, senang melaksanakan ibadah sunnah, selalu mencari info terbaru, senang berolah raga, senang hal baru dan berbeda, senang mengikuti

trend, suka memaafkan, seorang yang berpendidikan, dan memiliki solidaritas yang tinggi yang ditunjukkan dengan memiliki keharusan untuk membantu orang lain.

Masyarakat dengan kecenderungan memiliki karakteristik yang senang berolah raga, senang hal baru dan berbeda, selalu meng *up date* informasi, senang mengikuti trend, berpendidikan merupakan karakteristik masyarakat yang modern. Dalam kamus Ilmiah Populer modern berarti cara baru, model baru, bentuk baru, dan kreasi baru. Sedangkan masyarakat yang memiliki kecenderungan senang memelihara tanaman disekitar rumah, memiliki solidaritas yang tinggi, melaksanakan ibadah sunnah merupakan ciri-ciri dari masyarakat yang memiliki nilai spiritual (bersifat kerohanian=berkenaan dengan jiwa atau agama). Dengan demikian, peneliti memberi nama pada *cluster* 1 dengan “modernis spiritualis”.

b. *Cluster* 2

Perfeksionis spiritualis adalah responden yang senang terhadap kerapian dan kebersihan. Karakteristik masyarakat yang senang terhadap kerapian dan kebersihan cenderung memiliki moral dan derajat yang tinggi, merasa segala sesuatunya harus sempurna. Dengan demikian, peneliti memberi nama *cluster* kedua dengan “perfeksionis spiritualis”.

c. *Cluster* 3

Profesional spiritualis adalah responden yang senang dengan pekerjaan yang digeluti, *wajilat qulubuhum* (bergetar hatinya bila mendengar lafadz Allah disebut), melaksanakan solat lima waktu dengan rutin, selalu melakukan hal-hal yang penting baginya, seorang yang mengenakan pakaian yang menutup aurat,

seorang yang memiliki rasa sosial yang tinggi yang ditandai dengan senang berada dalam suatu kelompok, seorang yang senang membuat sesuatu daripada membeli, memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi, memiliki kelebihan yang tidak semua orang memiliki, seorang yang memiliki konsisten yang tinggi, dan menganggap segala aktifitas yang dilakukannya merupakan bentuk ibadah kepada Allah SWT. Masyarakat yang memiliki kecenderungan untuk selalu melakukan hal-hal yang penting, senang dengan pekerjaan yang digeluti, memiliki rasa sosial yang tinggi, senang membuat sesuatu, memiliki kelebihan yang tidak semua orang memiliki, memiliki konsisten yang tinggi, memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi menggambarkan karakteristik seorang yang professional. Sedangkan masyarakat yang memiliki kecenderungan, *wajilat qulubuhum* (bergetar hatinya bila mendengar lafadz Allah disebut), melaksanakan solat lima waktu dengan rutin, mengenakan pakaian yang menutup aurat dan menganggap segala aktifitas yang dilakukannya merupakan bentuk ibadah kepada Allah SWT menggambarkan masyarakat yang memiliki nilai spiritualitas yang tinggi. Dengan demikian, peneliti memberi nama *cluster* ketiga dengan “profesional spiritualis”.

Tabel 4.13 ANOVA

	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	Df	Mean Square	df		
senang bekerja	.441	2	.243	30	1.814	.180
wajilat qulubuhum	.867	2	.263	30	3.292	.051
solat 5 waktu	.096	2	.529	30	.182	.834
melkukan hal penting	1.365	2	.226	30	6.038	.006
bertanam	.577	2	.291	30	1.983	.155
beribadah sunah	.106	2	.322	30	.329	.722
mencari info terbaru	6.584	2	.500	30	13.154	.000
menutup aurat	.263	2	.384	30	.684	.512
senang kerapian	.035	2	.216	30	.162	.851
senang olah raga	1.137	2	.524	30	2.170	.132
senag hal baru & beda	3.197	2	.456	30	7.018	.003
suka berkelompok	5.079	2	.597	30	8.512	.001
senang mengikuti tren	6.271	2	.546	30	11.494	.000
suka memimpin	2.053	2	.671	30	3.058	.062
senang membuat sesuatu	.848	2	.616	30	1.377	.268
suka memaafkan	17.867	2	.641	30	27.866	.000
saya berpendidikan	6.187	2	1.084	30	5.705	.008
PD saya tinggi	4.138	2	.659	30	6.275	.005
saya mmlki kelebihan	4.550	2	.826	30	5.508	.009
keharusan membantu	2.093	2	.426	30	4.911	.014
konsisten tinggi	2.787	2	.198	30	14.073	.000
aktifitasku ibadahku	.367	2	.497	30	.739	.486

Sumber: Data olah February, 2010 [Lampiran 7]

Menggunakan nilai F_{tabel}

$$F_{tabel} = 3,33, n = 33$$

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka tidak ada perbedaan yang berarti antar *cluster* (1,2 & 3) sehingga atribut tidak dapat digunakan untuk membedakan antar *cluster*.

Nilai F_{tabel} pada signifikansi 0,05 :

DF (*degree of freedom*) (k-1) ==== berada pada kolom (2)

(n-k-1) ===== berada pada baris (29)

Dimana:

n = jumlah sampel

k = jumlah *cluster*

Nilai $F_{\text{tabel}} = 3,33$ (Tabel 4 nilai F 0,05 ~ Suliyanto, 2005: 238)

Menggunakan nilai probabilitas (Sig)

Semakin besar angka F suatu kelompok, dan angka signifikansi adalah di bawah 0,05, semakin besar pula perbedaan kelompok tersebut pada ketiga *cluster* yang terbentuk. Semakin kecil angka F dan semakin besar nilai signifikannya ($\text{sig} > 0,05$), artinya kelompok tersebut relatif sama menurut pandangan responden diantara ketiga *cluster*. Namun demikian, disini tidak berarti kelompok yang tidak signifikan akan dikeluarkan, analisis hanya ingin mengetahui mana kelompok yang signifikan perbedaannya dan mana yang tidak (Santoso, 2005: 81). Berdasarkan tabel 4.10, nilai signifikansi uji F (Sig.) untuk senang bekerja 0,180, *wajilat qulubuhum* 0,051, solat lima waktu 0,834, melakukan hal penting 0,006, mencari info terbaru 0,000 dan seterusnya.

Tabel 4.14 Number of Cases in each Cluster

<i>Cluster</i>	1	17.000	52 %
	2	12.000	36 %
	3	4.000	12 %
Valid		33.000	100 %
Missing		.000	

Sumber: Data olah February, 2010 [Lampiran 7]

Tabel 4.14 memberikan ringkasan informasi bahwa responden yang masuk pada unit analisis penelitian ini sebanyak 33 orang dan tidak ditemukan adanya data yang hilang (*missing*). Distribusi dari total responden masuk pada *cluster* 1 sebanyak 17 orang (54 %), kluster 2 sebanyak 12 orang (36 %) dan profesional spiritualis sebanyak 4 orang (12 %).

Untuk mengetahui anggota responden mana saja yang terdapat pada modernis spiritualis, perfeksionis spiritualis dan profesional spiritualis beserta jarak antar *cluster* tersaji pada tabel 4.16 *cluster membership*. Responden satu merupakan anggota modernis spiritualis dengan jarak 3,371. Responden dua anggota dari modernis spiritualis dengan jarak 2,963 dan seterusnya.

Tabel 4.15 Cluster Membership

Number Case	Nama Responden	Cluster	Distance
1	1.00	1	3.371
2	2.00	1	2.963
3	3.00	1	3.720
4	4.00	1	2.862
5	5.00	2	4.095
6	6.00	1	2.768
7	7.00	1	1.867
8	8.00	1	2.546
9	9.00	3	2.449
10	10.00	2	3.800
11	11.00	1	2.392
12	12.00	2	3.843
13	13.00	2	5.456
14	14.00	2	2.758
15	15.00	1	3.108
16	16.00	1	2.546
17	17.00	1	2.872
18	18.00	1	3.247
19	19.00	1	2.637
20	20.00	2	2.367
21	21.00	2	2.876
22	22.00	2	2.876
23	23.00	2	3.406
24	24.00	1	4.075
25	25.00	1	2.923
26	26.00	1	2.104
27	27.00	2	3.307
28	28.00	2	2.962
29	29.00	2	2.634
30	30.00	3	3.808
31	31.00	1	2.604
32	32.00	3	2.550
33	33.00	3	2.646

Sumber: Data olah February, 2010 [Lampiran 7]

Setelah mengetahui *cluster* yang terbentuk dan menginterpretasikannya, langkah yang terakhir adalah menguji validitas dan reliabilitas *cluster* yang telah terbentuk. Karena penelitian ini menggunakan metode k-means *cluster*, sehingga untuk menguji kevalidan dan reliabel *cluster* yang terbentuk dapat dilakukan dengan menghilangkan salah satu variabel, kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis *cluster*. Jika hasil antara bagian yang satu dengan bagian yang lain tidak jauh berbeda, maka *cluster* yang terbentuk dinyatakan telah baik. Peneliti menghilangkan (v2) senang bekerja untuk menguji kevalidan dan reliabel *cluster* yang terbentuk. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap *cluster* yang terbentuk tidak jauh berbeda dengan analisa *cluster* sebelumnya, hanya terdapat perbedaan pada proses iterasi, pada proses iterasi awal terjadi 8 kali sedangkan pada proses *cluster* yang kedua terjadi 6 kali iterasi, namun demikian tidak berpengaruh, terbukti hasil yang diperoleh tidak berbeda dengan analisa *cluster* pertama. Hasil dari uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut.

Tabel 4.16 Initial Cluster Centers

	<i>Cluster</i>		
	1	2	3
wajilat qulubuhum	4.00	4.00	5.00
solat 5 waktu	3.00	4.00	5.00
melkukan hal penting	4.00	4.00	5.00
Bertanam	4.00	4.00	4.00
beribadah sunah	3.00	4.00	3.00
mencari info terbaru	4.00	1.00	2.00
menutup aurat	3.00	4.00	5.00
senang kerapian	5.00	4.00	5.00
senag hal baru & beda	5.00	2.00	2.00
suka berkelompok	3.00	2.00	5.00
senang mengikuti tren	4.00	2.00	2.00
suka memimpin	4.00	2.00	2.00
senang membuat sesuatu	3.00	2.00	5.00
suka memaafkan	4.00	1.00	2.00
saya berpendidikan	4.00	4.00	1.00
saya mmlki kelebihan	3.00	3.00	5.00
keharusan membantu	4.00	4.00	5.00
konsisten tinggi	4.00	3.00	5.00
aktifitasku ibadahku	4.00	5.00	5.00
senang olah raga	5.00	1.00	5.00
PD saya tinggi	4.00	3.00	5.00

Sumber: Data olah February, 2010 [Lampiran 8]

Tabel 4.17 Iteration History(a)

Iteration	Change in <i>Cluster Centers</i>		
	1	2	3
1	3.515	4.333	3.512
2	.200	.939	.878
3	.395	1.173	.000
4	.374	.659	.000
5	.306	.391	.000
6	.000	.000	.000

Sumber: Data olah February, 2010 [Lampiran 8]

Tabel 4.18 Final Cluster Centers

	<i>Cluster</i>		
	1	2	3
wajilat qulubuhum	4.47	4.08	4.75
solat 5 waktu	4.59	4.50	4.75
melkukan hal penting	4.41	3.83	4.50
bertanam	4.24	3.83	4.00
beribadah sunah	4.00	3.92	3.75
mencari info terbaru	4.12	2.75	3.50
menutup aurat	4.41	4.33	4.75
senang kerapian	4.67	4.76	4.75
senag hal baru & beda	4.00	3.08	3.25
suka berkelompok	3.47	2.58	4.25
senang mengikuti tren	3.41	2.25	2.00
suka memimpin	2.82	2.17	2.00
senang membuat sesuatu	3.47	3.25	4.00
suka memaafkan	4.53	4.25	1.25
saya berpendidikan	3.41	2.17	2.25
saya mmlki kelebihan	3.29	2.25	3.50
keharusan membantu	4.59	3.83	4.50
konsisten tinggi	4.06	3.25	4.25
aktifitasku ibadahku	4.47	4.17	4.50
senang olah raga	4.24	3.67	4.00
PD saya tinggi	3.59	2.58	3.75

Sumber: Data olah February, 2010 [Lampiran 8]

Tabel 4.19 Number of Cases in each Cluster

<i>Cluster</i>	1	17.000
	2	12.000
	3	4.000
Valid		33.000
Missing		.000

Sumber: Data olah February, 2010 [Lampiran 8]

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam melakukan segmentasi pasar, pengusaha akan berusaha mengelompokkan konsumen yang relatif memiliki sifat-sifat homogen dan kemudian memperlakukan masing-masing segmen dengan cara atau pelayanan yang berbeda. Begitu pula peneliti, penelitian ini telah berusaha mengelompokkan

konsumen yang relatif memiliki sifat homogen, hanya saja peneliti tidak kemudian memperlakukan masing-masing segmen tersebut dengan cara atau pelayanan yang berbeda karena peneliti hanya mengidentifikasi segmen-segmen yang ada untuk usaha yang berorientasi pada pendidikan, yaitu lembaga Pendidikan Anak Usia Dini Al-Qur'an (PAUD-Q).

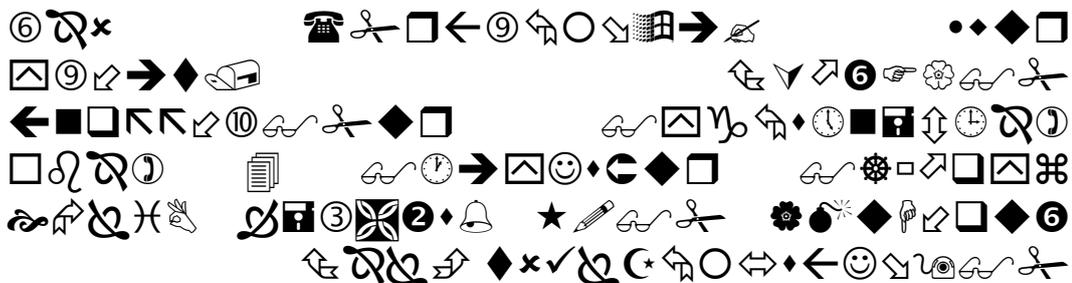
Dari hasil paparan data yang dijelaskan sebelumnya, diperoleh hasil bahwa segmentasi psikografi pada konsumen PAUD-Q terbagi ke dalam 3 segmen, yaitu segmen pertama modernis spiritualis beranggotakan 52%, segmen kedua perfeksionis spiritualis beranggotakan 36%, sedangkan segmen ketiga profesional spiritualis sebanyak 12%. Pemberian nama yang demikian didasarkan pada karakteristik tertentu yang menunjukkan ciri-ciri dan kecenderungan pada masing-masing segmen agar dapat menggambarkan karakteristik segmen.

1. Modernis Spiritualis

Modernis spiritualis beranggotakan 52% dari keseluruhan responden (wali murid PAUD-Q). Prosentase tersebut menunjukkan jumlah yang dominan dibandingkan dengan kelompok-kelompok yang lain. Modernis spiritualis adalah segmen yang mewakili responden dengan memiliki karakteristik antara lain memelihara tanaman disekitar rumahnya, senang melaksanakan ibadah sunnah, selalu mencari info terbaru, senang berolah raga, senang hal baru dan berbeda, senang mengikuti trend, suka memaafkan, seorang yang berpendidikan, dan memiliki keharusan untuk membantu orang lain.

Modernis spiritualis memiliki kecenderungan dalam melakukan aktifitas menanam tanaman di sekitar rumah. Hal ini berarti responden memperhatikan dan

menjaga lingkungan. Salah satu bentuk kepedulian terhadap lingkungan dan menjaga kelestariannya agar tidak rusak dan menjadi musibah bagi manusia. Hamdani Bakran Adz-Dzakiey (2007:148) menyatakan, gelar Muhsin (jiwa yang berbuat kebaikan) diberikan Allah SWT kepada jiwa-jiwa yang telah kokoh dalam menerima dan melaksanakan kebaikan-kebaikan-Nya, apakah kebaikan-kebaikan itu menyangkut hak-hak Allah SWT yang ada pada-Nya maupun hak-hak Allah SWT yang ada pada makhluk-Nya, salah satunya dengan menjaga hak tanaman dan hewan-hewan sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S. al-A'Raaf: 59



Artinya :

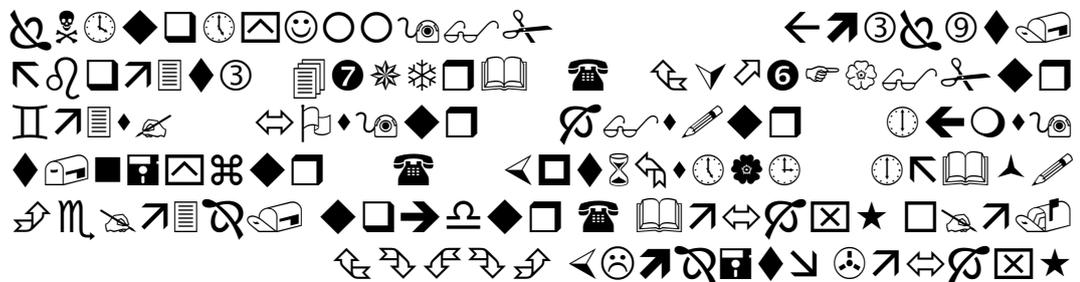
Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.

Responden pada modernis spiritualis juga terbiasa melakukan ibadah sunnah, Abdul Mujib (2007:258) menyatakan, seorang yang terbiasa melakukan ibadah sunnah mempunyai beberapa motivasi, antara lain dibentuk atau didorong oleh kebutuhan, seperti melakukan shalat sunnah *Dhuha*, dirinya berharap dengan melakukan shalat *Dhuha* mendapat rezeki yang dibutuhkannya, sesuai dengan keutamaan/faedah shalat *Dhuha* yaitu Allah akan memudahkannya untuk mendapatkan rezeki, bahkan berharap rezeki yang tadinya haram baginya akan menjadi rezeki yang halal dan dapat mendatangkan kebaikan baginya. Ibadah

sunnah lainnya antara lain dengan bersedekah, memberikan sebagian harta pada orang lain. Orang yang bersedekah hanya berharap mendapat ridho Allah SWT dan tentunya manfaat yang lain yaitu dapat membantu dan menyenangkan orang lain.

Anggota modernis spiritualis senang mencari info *ter-up-date* (terbaru). Info yang dicari responden bisa bermacam-macam, bisa info mengenai naik/turunnya harga sembako, info tentang hiburan yang ada di televisi, info mengenai tetangga, info mengenai kegiatan rutin dan info-info yang lain. Hal ini juga yang diperkirakan peneliti menyebabkan PAUD-Q dapat berkembang tanpa promosi yang gencar, karena budaya *gethok tular* (informasi yang disebarkan dari mulut ke mulut). Terbukti dari jumlah wali murid yang menyatakan mendapat informasi tentang keberadaan PAUD-Q melalui tetangga dan saudara mendapatkan prosentase yang besar setengah dari responden memperoleh informasi dari tetangga 57,6%, sedangkan informasi dari saudara 30,0%. Info-info yang *ter up to date* juga diberikan pada anak-anak PAUD-Q. Mereka mendapatkan informasi yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang segala hal. Dari hal kecil yang berkaitan dengan informasi (baca: pelajaran) dunia dan juga informasi yang bersifat ukhrawi. Sebagai hamba yang beriman sudah sepantasnya jika merealisasikan nama-nama dan sifat-sifat Tuhan (*asma'ul husna*) tentunya sesuai dengan kadar kemampuan sebagai seorang manusia. Salah satu sifat Allah SWT adalah *al-Wajid* (Maha Menemukan) yang senang mendapatkan sesuatu yang baru dan bagus. Upaya yang dilakukan dengan

membaca, melihat, dan mendengar. Hal ini selaras dengan Al-Qur'an surat al-A'raaf: 101, (Mujib, 2006:211).



Artinya:

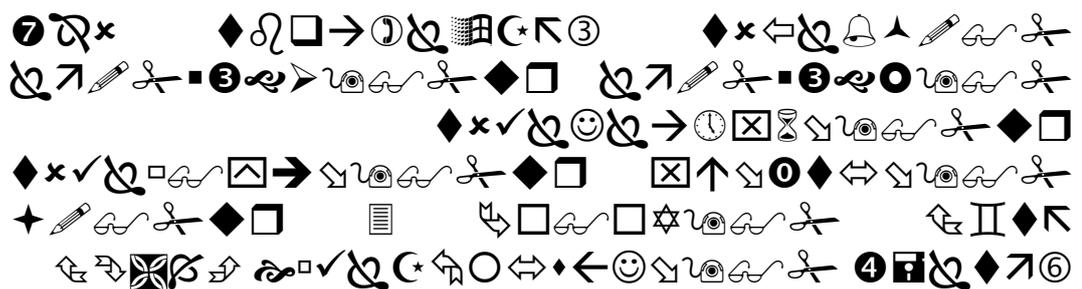
Dia Pencipta langit dan bumi. bagaimana Dia mempunyai anak padahal Dia tidak mempunyai isteri. Dia Menciptakan segala sesuatu; dan Dia Mengetahui segala sesuatu.

Kecenderungan untuk selalu mencari informasi yang ter *up to date* berjalan beriringan dengan kecenderungan akan hal-hal baru dan berbeda, terlebih hal tersebut sesuai dengan trend (gaya yang sedang *in*). Hal yang baru dan berbeda menurut peneliti pada motivasi kebutuhan fisik (sandang, papan), melihat dari jumlah pendapatan yang diperoleh berkisar kurang dari lima ratus ribu hingga satu juta, maka untuk mengikuti hal yang baru dan berbeda terkait teknologi yang canggih masih diragukan, kemungkinan teknologi yang dimiliki berkisar pada alat komunikasi (*mobile phone*), televisi, dan teknologi untuk membantu proses pekerjaan rumah (mesin cuci, *vacuum cleaner* dan lain-lain).

Responden modernis spiritualis gemar berolahraga, Sebuah pepatah mengatakan “*men sana in corpore sano*” yang artinya di dalam tubuh yang sehat terdapat jiwa yang kuat. Dalam peribahasa Arab juga menjunjung tinggi nilai kesehatan, dikatakan bahwa “*al-aqlu al-salim fi al-jismi al-salim*” yang berarti dalam tubuh yang kuat terdapat akal yang sehat. Di sekolah PAUD-Q anak-anak diajarkan agar gemar berolah raga. Setiap pagi, sebelum memulai pelajaran anak-

anak diwajibkan untuk mengikuti senam. Pada hari tertentu juga murid-murid diajari untuk melempar bola sebagai dasar dari olah raga berat (voli, sepak bola, basket, dan sebagainya). Hal ini sesuai dengan hadis Nabi Muhammad SAW yang menganjurkan untuk menjaga kesehatan, Nabi bersabda: "orang Mukmin yang kuat lebih baik dan lebih dicintai Allah daripada Mukmin yang lemah". Nabi juga memerintahkan pada para sahabat dan umatnya untuk belajar berkuda, memanah dan berenang (Ahyadi, 1991:140).

Segmen modernis spiritualis merupakan orang-orang yang lapang dada, mudah memaafkan orang lain. Tidak semua orang mudah memaafkan kesalahan orang lain. Di sekolahan PAUD-Q juga mengajarkan murid-muridnya agar senantiasa saling memaafkan. Bila ada murid yang berkelahi maka guru akan melerai dan meminta agar murid mau saling meminta maaf. Allah SWT menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan (Muhsin). Orang-orang yang muhsin diantaranya adalah orang yang menahan amarah dan mau memaafkan kesalahan orang lain (Mujib, 2007:306). Dalam Q.S Al-Imraan: 134 disebutkan.



Artinya:

(yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan mema'afkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan.

Berkaitan dengan Q.S al-Imraan: 134 di atas selaras dengan karakteristik segmen modernis spiritualis yaitu suka membantu orang lain. Membantu memang

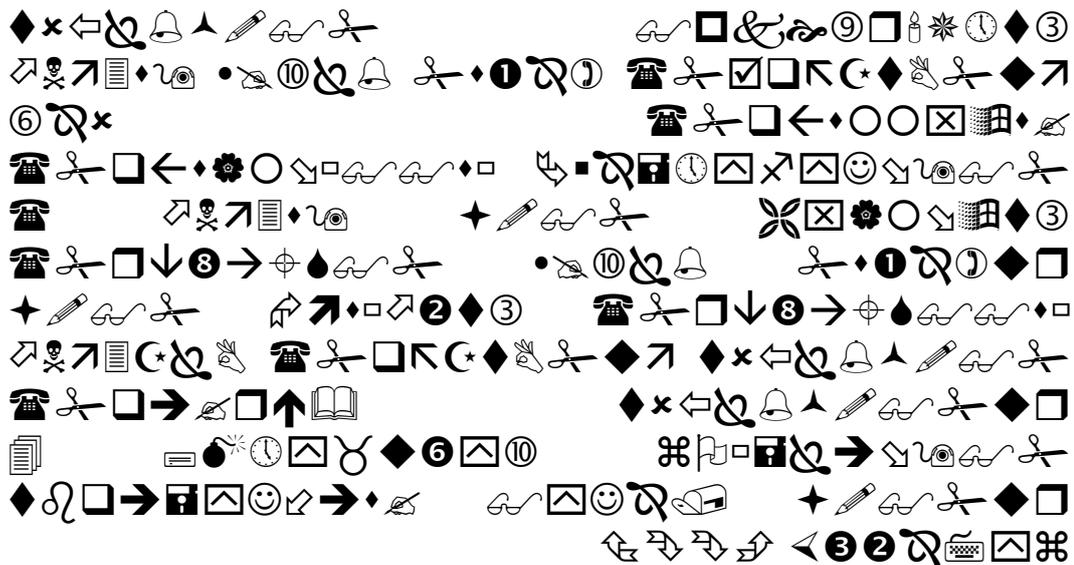
tidak harus dengan menafkahkan hartanya, namun juga bisa membantu orang lain dengan segala apa yang dipunya baik harta maupun tenaga. Di sekolah PAUD-Q tentunya telah menanamkan nilai-nilai untuk saling membantu. Pada saat istirahat makan, jika ada salah satu murid yang tidak membawa kue atau makanan, maka guru akan merangsang murid yang lain agar mau berbagi dengan temannya. Dalam kitab *Qomi'u at-Tughyan* karangan Imam Nawawi salah satu cabang iman adalah membantu makan pada orang lain yang membutuhkan (Mujib, 2007:187).

Modernis spiritualis berpendapat bahwa mereka adalah seorang yang berpendidikan. Jika melihat informasi responden berkenaan dengan jenjang pendidikan yang pernah ditempuh baik formal maupun non formal. Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh mayoritas lulusan SMU/ sederajat 63,3% sedangkan untuk jenjang pendidikan non formal 12,1%. Secara umum, masyarakat yang mayoritas menempuh jenjang pendidikan SMU/ sederajat memiliki keinginan agar anak cucu dan keturunannya memperoleh pendidikan yang layak hingga ke jenjang yang setinggi-tingginya sehingga masa depannya lebih layak dan lebih mapan karena tingkat pendidikan yang lebih tinggi.

Perkembangan anak usia 0 hingga 8 tahun merupakan masa keemasan dimana anak mulai mengenal dunia dan akan menentukan bagaimana ia akan tumbuh, berkembang, hidup dan berkreasi dalam menjalani kehidupannya, masa ini hanya terjadi sekali dalam kehidupan dan berdampak luar biasa (Yazer, 2009). Maka dari itu, murid-murid PAUD-Q dikenalkan dengan dunia pendidikan, dan diasah kemampuan baik kemampuan dalam seni, kemampuan berolah raga, kemampuan intelektual dan mengasah ketrampilan mereka dari sejak dini murid-

murid telah diajak untuk mengenal dunia agar ketika anak itu beranjak dewasa murid-murid akan mengalami kecepatan pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat.

Dalam hal menempuh jenjang pendidikan yang setinggi-tingginya, Al-Qur'an maupun hadis telah banyak menganjurkan bahkan mewajibkan agar pemeluk agama mencari ilmu yang setinggi-tingginya. Dalam hadis disebutkan bahwa mencari ilmu suatu keharusan bagi seorang muslim maupun muslimat "tholabul ilmi faridhotun 'ala kulli muslimin wal muslimat". Allah SWT pun telah berjanji akan meninggikan derajat orang-orang yang berilmu, hal ini tertera dalam dalam Q.S al-Mujaadalah: 11 sebagai berikut.



Artinya:

Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "berlapang-lapanglah dalam majlis", maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "berdirilah kamu", maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

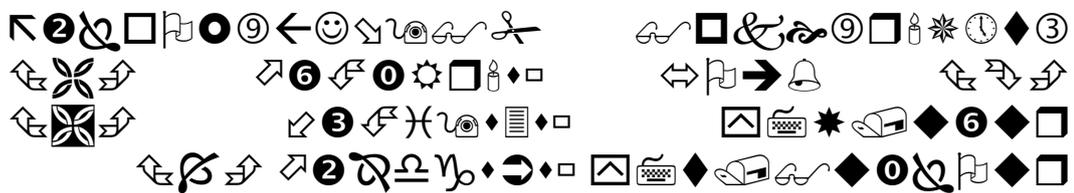
Dalam SRI Consulting Business Intelligence (*dalam* Wicaksono, 2006) yang telah membagi konsumen berdasar segmentasi psikografi kedalam delapan kategori (telah disebutkan pada bab II), karakter modernis spiritualis tergolong katagori *the thinkers*, menurut SRI Consulting Business Intelligence *the thinkers* biasanya berpendidikan baik, dan aktif mencari informasi untuk membantu proses pengambilan keputusan. Mereka terus melakukan *update* informasi mengenai kejadian di dunia maupun nasional dan terus mencari peluang untuk memperluas pengetahuan mereka. *Thinkers* terbuka akan ide-ide baru.

2. Perfeksionis Spiritualis

Perfeksionis spiritualis beranggotakan sebanyak 36% atau 12 orang. Perfeksionis spiritualis merupakan kelompok yang mewakili responden dengan karakteristik senang berpakaian rapi dan bersih, dapat dikatakan bahwa responden tergolong orang yang senang terhadap kerapian dan kebersihan. Realisasi citra Mukmin dari segi jasmaniyah yaitu menjaga kebersihan, baik kebersihan badan, pakaian, dan tempat atau lingkungannya agar tetap bersih dan suci serta menjauhi hal-hal yang kotor dan najis (Ahyadi, 1991:141). Dalam sebuah peribahasa Arab pula disebutkan "*an-nadhofatu min al-iman*" yang artinya "kebersihan sebagian dari iman".

Sekolah PAUD-Q mengajarkan murid-muridnya untuk selalu menjaga kebesihan juga kerapian. Di setiap ruangan kelas diberi tempat sampah untuk membiasakan murid-murid membuang sampah pada tempatnya. Dalam kesehariannya, murid-murid mendapatkan materi untuk mengasah ketrampilan dengan belajar menggunting sesuai dengan gambar yang telah ditentukan, dari

sisasisa guntingan kertas tersebut murid-murid dibiasakan secara langsung membuang kertas yang tidak terpakai di tempat sampah. Begitu pula saat makan bersama, saat istirahat makan murid-murid dibiasakan secara langsung membuang bungkus plastik makanan pada tempat sampah. Dalam berpakaian juga guru-guru memperhatikan pakaian yang dikenakan murid-murid, baik memperhatikan kebersihan juga kerapiannya. Dalam Q.S Al-Muddatstsir: 1-4 Allah SWT memerintahkan untuk membersihkan pakaian.



Artinya:

1. Hai orang yang berkemul (berselimut),
2. Bangunlah, lalu berilah peringatan!
3. Dan Tuhanmu agungkanlah!
4. Dan pakaianmu bersihkanlah

Menurut SRI Consulting Business Intelligence (dalam Wicaksono, 2006), karakteristik perfeksionis spiritualis tergolong dalam kategori *believers*, *Believers* termotivasi oleh hal-hal yang ideal. Seorang yang kecenderungannya pada kebersihan dan kerapian tinggi, maka orang tersebut tergolong orang yang ideal, segala yang dilakukannya harus sempurna sesuai dengan cita-cita.

3. Profesional Spiritualis

Profesional spiritualis memiliki anggota dengan jumlah terkecil, yaitu 12%. Profesional spiritualis adalah kelompok yang mewakili responden yang memiliki karakteristik antara lain senang dengan pekerjaan yang digeluti, *wajilat qulubuhum* (bergetar hatinya bila mendengar lafadz Allah disebut), melaksanakan shalat lima waktu dengan rutin, selalu melakukan hal-hal yang penting baginya,

seorang yang mengenakan pakaian yang menutup aurat, seorang yang memiliki rasa sosial yang tinggi yang ditandai dengan senang berada dalam suatu kelompok, seorang yang senang membuat sesuatu (baca: menciptakan) hasil karya sendiri daripada membeli (baca: menggunakan karya orang lain), memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi, memiliki kelebihan yang tidak semua orang memiliki, seorang yang memiliki konsisten yang tinggi, dan menganggap segala aktifitas yang dilakukannya merupakan bentuk ibadah kepada Allah SWT.

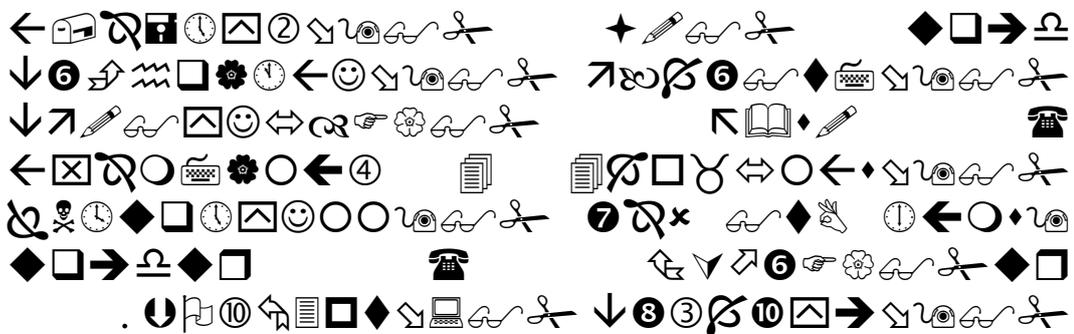
Profesional spiritualis melakukan pekerjaan ataupun hal-hal yang dianggapnya penting. PAUD-Q mengetahui betul hal yang penting bagi anak didiknya. Masa anak-anak di usia dini merupakan masa yang penting untuk mengembangkan kecerdasan anak, baik motorik kasar, motorik halus, kemampuan non fisik, dan kemampuan spiritualnya karena pada masa ini akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan anak selanjutnya. PAUD-Q membangun pola belajar berdasarkan atas pertumbuhan dan perkembangan anak. Pola belajar murid-murid PAUD-Q pelaksanaannya dikemas sesuai dengan dunia anak, yaitu bermain yang merupakan kegiatan rutinitas dan sangat menyenangkan bagi anak, karena melalui bermainlah anak akan belajar. Sesuai dengan hadis Nabi yang diriwayatkan dari Abu Hurairah “*Di antara (tanda) baiknya keislaman seseorang adalah (sikapnya) meninggalkan sesuatu yang tidak bermakna baginya*”. Dalam syarah hadis Arba’in karya Imam Nawawi dkk (2006:171) disebutkan, maksud dari hadis tersebut adalah meninggalkan segala hal yang tidak penting dan tidak berguna baginya berkenaan dengan urusan agama dan urusan dunia, baik yang berupa perbuatan maupun perkataan.

Profesional spiritualis senang berada dalam suatu kelompok. Tidak semua orang senang dalam kehidupan yang berkelompok, seseorang yang memiliki karakter individu tidak mudah baginya untuk hidup bersama dan bahkan tidak mudah untuk bersosial dengan orang lain. Implementasi dari PAUD-Q agar murid-muridnya menjadi seorang yang mudah berkelompok dengan orang lain salah satunya diasah dengan melatih kerjasama antar murid, dibuat tim kelompok untuk permainan tertentu. Kepribadian orang-orang yang senang berada dalam kelompok merupakan kepribadian yang pandai bergaul, memiliki rasa empati dan kepekaan sosial serta mudah menyesuaikan diri dengan orang lain, hal ini sesuai dengan kepribadian Muslim yang didasarkan pada rukun islam yang keempat yaitu kepribadian *Muzakki* yaitu kepribadian orang yang menunaikan zakat (Mujin, 2007:291).

Profesional spiritualis memiliki konsisten yang tinggi terhadap hal apapun. Rasa percaya diri yang tinggi pun dimiliki oleh profesional spiritualis, hal ini didukung oleh kemampuan yang dimiliki, responden profesional spiritualis memiliki kelebihan yang tidak semua orang memilikinya, memiliki nilai lebih dari orang lain. Kelebihan yang dimiliki bisa berupa bakat asli, memiliki kemampuan dalam bidang seni, intelektual, kemampuan berkreasi, memiliki kelebihan harta dan kelebihan lain yang dapat membedakannya dengan orang lain.

Sekolah PAUD-Q mengajarkan anak didiknya agar menjadi anak-anak yang memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi juga mengasah bakat yang dimiliki anak didik. Saat guru bertanya, siapa yang sudah selesai mengerjakan tugas? Secara serentak murid-murid menjawab Saya. Saat guru bertanya siapa

Membuat hasil karya sendiri untuk mendapatkan kepuasan diajarkan pula di sekolah PAUD-Q. Seperti kegiatan belajar membuat baling-baling kertas, membuat bunga-bunga, origami dan kegiatan kreatifitas lain yang dapat menghasilkan hasil karya sendiri. Hal ini sesuai dengan *asma'ul husna* yang dimiliki Allah SWT yaitu Maha Pembuat Bentuk (*al-Mushowwir*), satu kepribadian *rabbani* kreatif karena mampu memberi bentuk, rupa dan cara akan ciptaannya, sehingga ciptaannya itu menjadi indah (Q.S Al-Hasyr [59]: 24).



Artinya:

Dialah Allah yang Menciptakan, yang Mengadakan, yang Membentuk Rupa, yang mempunyai asmaul husna. bertasbih kepadanya apa yang di langit dan bumi. dan dialah yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.

Dalam spiritualitas, profesional spiritualis merupakan responden yang senantiasa bekerja dengan senang hati, apapun pekerjaan yang digelutinya, peneliti mengatakan mereka termasuk orang-orang yang istiqomah, istiqomah merupakan melakukan kegiatan secara kontinu. Profesional spiritualis juga selalu melaksanakan shalat lima waktu, shalat merupakan tiang agama dan sebagai ukuran apakah orang tersebut rajin dalam aktifitas yang lain atau tidak. Bila orang tersebut rajin beribadah, minimal shalatnya, maka dalam melakukan aktifitas baik lainnya juga rajin atau baik. Secara etimologi shalat berarti memohon (do'a)

dengan baik, yaitu permohonan keselamatan, kesejahteraan, dan kedamaian hidup di dunia dan akhirat kepada Allah SWT (Mujib, 2007:255).

Budaya untuk berdo'a telah diajarkan sejak dini di sekolah PAUD-Q. setiap akan melakukan aktifitas murid-murid dibiasakan untuk berdo'a. Salah satu kurikulum yang diajarkan di PAUD-Q adalah do'a/praktek sholat, do'a-do'a harian. Do'a-do'a dalam shalat yang diajarkan do'a shalat mulai dari *takbiratul ikhraam* hingga *salam*. Sedangkan do'a-do'a harian yang selalu juga dipaktekan dalam proses pembelajaran adalah do'a sebelum dan sesudah belajar, do'a sebelum dan sesudah makan, do'a mau pulang. Kegiatan pembelajaran do'a-do'a untuk mengasah spiritual peserta didik sesuai dengan kepribadian *mushalli* yang merupakan tipologi dari kepribadian Muslim. Kepribadian *mushalli* adalah kepribadian individu yang didapat setelah melaksanakan shalat dengan baik, konsisten, tertib, dan khusu' sehingga ia mendapatkan hikmah dari apa yang dikerjakan. Shalat disebut pertama kali dalam urutan aktifitas manusia Q.S Al-An'am: 162



Artinya:

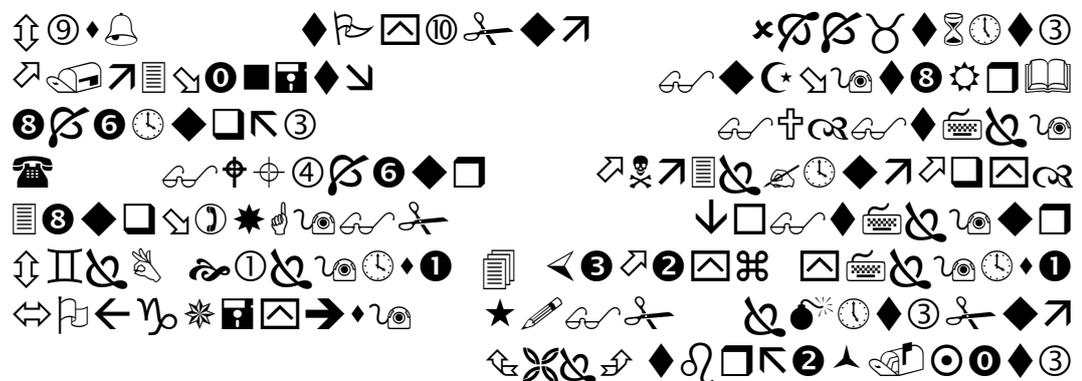
Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.

Saat mendengar lafadz Allah dilantunkan, *wajilat qulubuhum* (bergetarlah hatinya). Ingat akan kesalahan-kesalahan yang dilakukan dan ingat akan karunia yang telah diturunkan padanya. Menurut Sayyid Quthub dalam tafsir Al-Misbah karangan Quraish Shihab (2002:374), kata “*wajilat qulubuhum*” menggambarkan

getaran rasa yang menyentuh qalbu seorang mukmin ketika diingatkan tentang Allah, perintah atau larangan-Nya ketika itu jiwanya dipenuhi oleh keindahan dan ke-Maha Besaran Allah, bangkit dalam dirinya rasa takut pada-Nya, tergambar keagungan dan haibah-Nya serta tergambar juga pelanggaran dan dosanya.

Profesional spiritualis dalam berbusana mengenakan pakaian yang menutup aurat. Dalam ibadah shalat, wajib menutup aurat sebelum melaksanakan shalat. Suatu kepribadian yang menjaga kehormatan diri dengan menutup aurat. Aurat berarti kekurangan dan aib atau cacat. Menutup aurat tidak hanya saat melakukan shalat namun juga direalisasikan pada kehidupan sehari-hari. Jika aib terbuka maka kehormatannya hilang, atau paling tidak mengundang nafsu orang lain yang dapat mengancam kehormatan (Mujib, 2007:268).

PAUD Al-Qur'an mewajibkan pada murid-muridnya untuk mengenakan seragam yang menutup aurat. Berkerudung bagi murid perempuan dan berkopyah atau paling tidak bertopi bagi murid laki-laki. Hal ini dilakukan agar murid-murid terbiasa menutup aurat sejak dini. Selaras pula dengan perintah Allah SWT untuk menutup aurat dalam Q.S Al-A'raaf: 26



Artinya:

Hai anak Adam, sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa itulah

perfeksionis spiritualis, dan profesional spiritualis) terbukti mempunyai ciri-ciri spiritulitas yang tinggi sehingga berpengaruh terhadap positioning di benak konsumen.

Tabel 4.20 Matrix Relevansi Tujuan Analisis dan Hasil

No	Tujuan	Analisis	Hasil
1.	Melihat profil dari masing-masing responden	Analisa crosstab	Responden rata-rata memiliki umur sekitar 31-40 tahun, bekerja sebagai wiraswasta, berpendidikan akhir SMU/ sederajat dan penghasilan perbulan berkisar antara kurang dari lima ratus ribu hingga satu juta
2.	Mengetahui distribusi jawaban responden	Distribusi Frekuensi	kelompok aktivitas rata-rata konsumen menjawab sangat setuju, kelompok minat menjawab setuju dan kelompok pendapat menjawab setuju
3.	Mengubah data berskala ordinal menjadi quasi interval	Transformasi Likert	Tiga puluh variabel yang berkaitan dengan pandangan-pandangan wali murid PAUD-Q ditransformasikan ke skala likert.
4.	Menilai validitas dan reliabilitas variabel-variabel penelitian	Tes Cronbach's Alpha	Didapat 22 variabel valid yang reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.6837 untuk kelompok aktivitas, 0.6576 untuk kelompok minat dan 0.6885 untuk kelompok pendapat.

			Delapan variabel yang tidak cukup valid adalah v1, v8, v14, v15, v16, v25, v27, v28, v30. Kedelapan variabel ini tidak diikutsertakan pada analisa berikutnya.
5.	Mengelompokkan sejumlah unit pengamatan berdasarkan kemiripan variabelvariabel yang diamati dari unit pengamatan	Analisa <i>cluster</i> k-means	Penulis membagi konsumen PAUD-Q ke dalam tiga segmen. Segmen pertama sebesar 52%, segmen kedua sebesar 36%, dan segmen ketiga sebesar 12%.

4.7. Implikasi Penelitian

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar keseluruhan suatu produk atau jasa yang bersifat heterogen ke dalam beberapa segmen, masing-masing segmen tersebut cenderung bersifat homogen dalam segala aspek. Langkah-langkah dalam pelaksanaan segmentasi yaitu mengidentifikasi variabel segmentasi dan segmentasi pasar kemudian mengembangkan bentuk segmen yang menguntungkan (Tjiptono, 1997:69). Setelah melakukan proses segmentasi seperti yang telah dilakukan di atas, selanjutnya mengembangkan bentuk segmen yang menguntungkan. Mengembangkan segmen yang telah terbentuk dilakukan dengan menyusun strategi jitu dengan acuan ciri-ciri kesamaan yang ada pada segmen yang telah dibidik.

Pada PAUD-Q telah diketahui terdapat 3 segmen, yaitu modernis spiritualis (52%), perfeksionis spiritualis (36%) dan profesional spiritualis (12%). Melihat angka prosentase yang terbesar adalah segmen yang pertama modernis spiritualis (52%), hal ini bisa dijadikan landasan untuk pengambilan keputusan segmen yang akan dibidik.

Setelah menentukan segmen mana yang akan dibidik selanjutnya menentukan strategi targetting dan positioning, yang sering disebut dengan istilah STP (segmentasi, targetting dan positioning). Pada PAUD-Q target yang hendak dicapai yaitu masyarakat menengah kebawah (rata-rata penghasilan perbulan kurang dari lima ratus ribu hingga satu juta rupiah). PAUD-Q memposisikan dirinya sebagai lembaga pendidikan anak usia dini yang berlandaskan Islam (bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis).

Selanjutnya, penerapan *marketing mix* (bauran pemasaran) pada PAUD-Q. Strategi pemasaran jasa berdasarkan 7 P (*product, price, place, promotion* ditambah 3 P yaitu *people, process, Physical Evidence*) (Arief, 2007:88).

1. *Product* : produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan pada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam industri jasa, produk bersifat tidak nyata atau tidak dapat diamati secara langsung sehingga hanya dapat diamati secara langsung sehingga hanya dapat diamati pada proses bukan pada hasilnya. Oleh karena sifat jasa ini maka kualitas menjadi elemen kunci dalam industri jasa. Dalam mengelola produk jasa dalam hal ini adalah ramuan kurikulum pelajaran yang diberikan disesuaikan dengan karakteristik segmen yang dibidik (modernis spiritualis). Saat ini, PAUD-Q memiliki

kurikulum pendidikan generik berbasis Islam. Hal ini memiliki nilai tersendiri bagi masyarakat, sehingga sedapat mungkin PAUD-Q mempertahankan citra tersebut bahkan diharapkan bisa berkembang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan peserta didik.

2. *Price*: penetapan harga yang terlalu murah dan jauh di bawah harga pesaing akan mengesankan jasa tersebut berkualitas rendah, sebaliknya penetapan harga yang terlalu tinggi akan menciptakan kesan jasa tersebut sangat mahal yang merugikan perusahaan. Untuk itu, harus benar-benar melalui proses pertimbangan yang matang dan rasional serta diikuti dengan komunikasi yang cukup. Penetapan harga yang diberlakukan di PAUD hendaknya disesuaikan dengan kemampuan atau pendapatan masyarakat pada segmen yang telah terbentuk. Pada hasil distribusi informasi responden, rata-rata penghasilan responden setiap bulannya adalah kurang dari lima ratus ribu hingga satu juta rupiah. Maka dari itu, dalam menentukan beban yang harus ditanggung oleh stakeholders sebaiknya disesuaikan dengan pendapatan stakeholders yang diperoleh tiap bulannya.
3. *Place*: kebijakan dalam menentukan tempat dan saluran distribusi dimaksudkan untuk mempermudah konsumen mendapatkan produk yang ditawarkan. Jika PAUD-Q nantinya akan membuka cabang baru, lebih baik membuka cabang di kawasan yang sesuai dengan karakteristik segmen. PAUD-Q saat ini berada di kawasan pedesaan (kecamatan), sehingga nantinya jika ingin membuka cabang disesuaikan dengan karakteristik segmen. Jika nantinya akan membuka cabang di daerah perkotaan, maka perlu untuk

menambah variasi pada faktor P yang lain, dapat dilakukan dengan menambah pada proses pembelajaran, terkait people (guru-guru dan pengelola) dan lain sebagainya.

4. *Promotion*: promosi sebagai cara untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada konsumen merupakan elemen penting dalam industri jasa. Dalam industri jasa komunikasi “*word of mouth*” merupakan promosi yang efektif dalam mempengaruhi minat konsumen terhadap jasa yang ditawarkan. Promosi yang dilakukan pada PAUD-Q telah menggunakan *gethok tular* (jawa) atau *word of mouth* (pertukaran informasi dari mulut ke mulut), tidak menghabiskan banyak biaya namun berdampak luar biasa pada lembaga. Jika akan menggunakan media cetak (selebaran, pamflet ataupun baleho) sebaiknya disesuaikan dengan karakteristik segmen.
5. *People*: pada sebagian besar perusahaan jasa, karyawan perusahaan (*people*) merupakan elemen vital dalam bauran pemasaran. Pada lembaga PAUD-Q tenaga pengajar merupakan orang-orang yang akan menentukan baik kualitas anak didik, karena tingkah laku guru itu yang nantinya akan dicontoh oleh anak didik. Maka dari itu, hendaknya memiliki spiritual yang tinggi sesuai dengan karakteristik segmen yang telah terbentuk.
6. *Process*: pada industri jasa proses produksi sering kali lebih penting daripada hasilnya. Proses yang dimaksud adalah proses konsumen dalam mendapatkan pelayanan jasa yang ditawarkan. Proses pembelajaran yang dilakukan PAUD-Q untuk peserta didiknya hendaknya dalam pelaksanaannya dikemas sesuai dengan dunia anak, yaitu bermain yang merupakan kegiatan rutinitas dan

sangat menyenangkan bagi anak, karena melalui bermainlah anak akan belajar. Permainan dan pelajaran yang diberikan sesuai dengan karakteristik segmen.

7. *Physical Evidence*: konsumen tidak dapat melihat jasa yang ditawarkan tetapi dapat melihat berbagai bukti fisik yang dapat dihubungkan dengan jasa yang ditawarkan. Apabila berbagai bukti fisik ini dikelola dengan baik maka akan memudahkan konsumen dalam menilai jasa dan mengurangi resiko dalam mengambil keputusan pembelian. Bukti fisik yang perlu dikelola dengan baik pada PAUD-Q antara lain prestasi peserta didik, ajaran untuk berakhlak yang baik pada orang tua, teman dan saudara, pelajaran yang disampaikan, kondisi sekolah (mainan, ruangan khusus dan lain sebagainya).

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan penelitian berikut:

1. Klasifikasi segmen yang terbentuk pada penelitian yang dilakukan di PAUD-Q terbagi kedalam tiga kategori, yaitu segmen pertama modernis spiritualis, segmen kedua perfeksionis spiritualis dan segmen ketiga profesional spiritualis.
2. Karakteristik ketiga segmen yang terbentuk tercermin pada PAUD-Q, terbukti dengan beberapa aktifitas diaplikasikan dalam kegiatan

pembelajaran pada PAUD-Q seperti kegiatan berdo'a sebelum melakukan aktifitas. Nilai spiritualitas lain yang diajarkan yaitu menutup aurat sejak dini, mengajarkan anak untuk pandai membaca Al-Qur'an. PAUD-Q juga mengajarkan untuk menjaga kesehatan, kerapian dan kebersihan dengan melakukan senam setiap pagi, mengajari untuk membuang sampah pada tempatnya. Dari segi intelektual, memberikan pelajaran yang *ter-up date* disesuaikan dengan kurikulum pemerintah dan mengajarkan bilingual agar anak didik mengenal bahasa Arab dan Inggris. PAUD-Q juga memberikan ruang sentra seni untuk mengembangkan kreatifitas anak. Kreatifitas anak diasah dengan permainan-permainan yang menyenangkan, baik permainan *in-door* seperti membuat baling-baling kertas maupun permainan *out-door* seperti mainan uji tangkas, menangkap bola dan lain-lain.

5.2 SARAN

1. Berdasarkan dari hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran agar lembaga pendidikan PAUD-Q dalam memperluas segmennya diharapkan memperhatikan karakteristik-karakteristik segmen sebagaimana yang telah dipaparkan dalam penelitian ini. Hal ini ditujukan agar PAUD-Q dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan jasanya di kalangan masyarakat yang lebih luas.
2. Sebagai lembaga pendidikan anak usia dini yang berbasis Islam, hendaknya PAUD-Q menjaga citra lembaga sebagai lembaga pendidikan yang memiliki nilai spiritualitas yang tinggi.

3. Penulisan skripsi ini masih sebatas segmentasi stakeholders PAUD-Q, belum sampai pada strategi-strategi yang nantinya digunakan untuk melebarkan sayap dari lembaga PAUD-Q. Maka dari itu, diharapkan pada peneliti berikutnya melanjutkan untuk menyempurnakan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyadi, Abd Aziz. 1991. *Psikologi Agama*. Bandung: Sinar Baru
- Adz-Dzakiey. 2007. *Psikologi Kenabian*. Yogyakarta: Beranda Publishing
- Al-Qur'an In Word dan Al-Qur'an digital
- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- As'ad, Mohammad. 2003. *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty
- Chandra, Gregorius. 2005. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- C. Pass dkk. 1994. Collins: *Kamus Lengkap Bisnis*. Yogyakarta: Erlangga
- Engel, James dkk. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Husein Umar, 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Jefta, Toho. 2006. *Segmentasi Pengguna Media Online Berdasarkan Gaya Hidup*. Ringkasan Skripsi dalam jurnal Thesis Mei-Agustus 2006. Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia
- Kartajaya, Hermawan dan Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka
- Kartajaya, Hermawan dkk. 2005. *Rethinking Marketing*. Jakarta: INDEKS
- Kartajaya, Hermawan. 2004. *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip. 1999. *Marketing jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Malhotra, Naresh K., 2005. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Edisi Keempat Jilid 1 dan 2*. Alih Bahasa Soleh Rusyadi Maryam. PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Millati, Hilyatu. 2009. *Analisis Implementasi Pemasaran Syariah Pada Produk KPR (Studi pada BTN Syariah Kantor Cabang Malang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi: UIN MALIKI Malang

- Mujib, Abdul. 2007. *Kepribadian dalam Psikologi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Mursid. 2006. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nawawi, Imam dkk. 2006. *Syarah Hadits Arba'in*. Solo: Pustaka Arafah
- Nawawi, Muhammad._____. *Syarah Qomi'ut Thugyan*. Surabaya: Mahkota
- Partanto, Pius A dan Dahlan Al-Barry. 1994. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola
- Prabu, Anwar M. 2005. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama
- Prasetijo, Ristiyanti., John Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Santoso, Singgih. 2005. *SPSS Untuk Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Schiffman, Leon G dan L Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen edisi ketujuh*. Jakarta: Indeks
- Shihab, Quraish. 2002. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an volume 5*. Jakarta: Lentera Hati
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Sondang, Yohanes dan Pasla. *Jurnal Manajemen Pemasaran, vol. 1, no. 1, April*. 2006: 13-2. Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Petra. <http://puslit.petra.ac.id/AR>. 12 Februari 2008
- Sugiyono. 2005. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Alfabetha: Bandung
- Suliyanto. 2005. *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalia Indonesia
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Suryabrata, Sumadi. 1995. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Tika, Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara

- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi pemasaran edisi II*. Yogyakarta: Andi
- Tim Wahana Komputer, 2005, *Pengembangan Analisis Multivariate dengan SPSS*, Salemba Infotek Jakarta
- Wicaksono, Hendro. 2006. *Segmentasi Psikografis Untuk Pemakai Perpustakaan*. <http://hendrowicaksono.multiply.com/journal/>. 1 Oktober 2009
- Yazer. 2009. *Perkembangan Pendidikan Usia Dini Sebagai Refleksi Bangkitnya Generasi Anak Indonesia*. <http://www.ucmerced.edu/>. 12 Desember 2009

LAMPIRAN 1

Kepada yang Terhormat

Bapak/ Ibu/ Saudara/i Wali Murid PAUD Al-Qur'an

Di tempat

KUESIONER

Sehubungan dengan penelitian skripsi yang sedang kami lakukan, mohon kiranya Bapak/Ibu/Saudara/i bersedia untuk mengisi kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan.

Dalam rangka mencari dan menyaring data untuk penelitian ini yang berjudul "*Segmentasi Psikografi Pada Konsumen PAUD Al-Qur'an*" (Studi pada PAUD Al-Qur'an di Kepuharjo Malang), kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi angket ini dengan lengkap dan sejujurnya.

Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner yang kami ajukan sangat berarti bagi penyelesaian penelitian ini. Atas perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i kami sampaikan banyak terima kasih. *Jazakumullah khoiran kastiran.*

Tertanda

Rifqiyatuz Zuhria

Peneliti

A. Identitas Pribadi

1. Nama : _____
2. Alamat : _____
3. Usia : _____ (tahun)
4. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
5. Pendidikan Terakhir :
 - a. SMU/SMK
 - b. Akademi/Diploma
 - c. Sarjana
 - d. Pasca Sarjana
 - e. Lain-Lain (sebutkan.....)
6. Pekerjaan/profesi anda saat ini :
 - a. PNS/POLRI/TNI
 - b. Wiraswasta
 - c. Karyawan
 - d. Ibu Rumah Tangga
 - e. Pelajar/mahasiswa
 - f. Lain-lain (.....)
7. Pendapatan rata-rata /bulan :
 - a. Kurang dari Rp 500.000,-
 - b. Rp 500. 000,- sampai Rp 1.000.000,-
 - c. Rp 1.000.000,- sampai Rp 1.500.000,-
 - d. Rp 1.500.000,- sampai 2.000.000,-
 - e. Lebih dari 2.000.000,-

B. Petunjuk Pengisian Pertanyaan Tabel

Bapak/Ibu/Saudara/i silahkan membaca daftar pertanyaan yang ada pada tabel, silahkan menjawab sesuai pertanyaan dengan memberi tanda (√) pada kolom jawaban yang telah disediakan.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

RR : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat tidak setuju

A. Pertanyaan Variabel Aktivitas (X1)

No	Item	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya menegur sapa bila bertemu orang lain					
2	Saya bekerja dengan senang hati					
3	Saat mendengar lafadz Allah, hati saya menjadi bergetar					
4	Saya selalu melaksanakan solat lima waktu					
5	Saya melakukan hal yang penting					
6	Saya menanam tanaman di sekitar rumah					
7	Saya terbiasa melaksanakan ibadah sunnah					
8	Saya mencari rezeki yang halal					
9	Saya selalu mencari informasi terbaru					
10	Saya mengenakan pakaian yang menutup aurat					

B. Pertanyaan Variabel Minat (X2)

No	Item	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya senang berpakaian rapi dan bersih					
2	Saya senang berolah raga					
3	Saya senang melakukan hal yang baru dan berbeda					
4	Saya mendahulukan kebutuhan daripada keinginan					
5	Saya suka dalam suatu kelompok					
6	Saya senang dengan rutinitas hidup saya					
7	Saya senang mengikuti trend dan gaya terbaru					
8	Saya suka memimpin orang lain					
9	Saya lebih senang membuat sesuatu daripada membeli					
10	Saya suka memaafkan orang lain					

C. Pertanyaan Variabel Pendapat (X2)

No	Item	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya merasa bahwa saya adalah orang yang berpendidikan					
2	Saya memiliki kepercayaan diri (PD) yang tinggi					
3	Saya memiliki kelebihan yang tidak dimiliki orang lain					
4	Suatu keharusan bagi saya untuk membantu orang lain					
5	Saya merasa selalu diawasi oleh Allah SWT					
6	Saya seorang yang memiliki konsistensi yang tinggi					
7	Harus saya akui, saya suka berfoya-foya					
8	Ketika mengalami kegagalan, saya tidak mudah berputus asa					
9	Segala yang saya lakukan merupakan bentuk ibadah kepada Allah					
10	Bagi saya, membaca Koran lebih penting daripada membaca majalah					

Pertanyaan Mengenai PAUD Al-Qur'an :

1. Saya memilih PAUD Al-Qur'an untuk putra-putri saya karena.....
2. Saya mendapat informasi PAUD Al-Qur'an dari.....

LAMPIRAN 2

Tabel 4.1 Gambaran Singkat Komposisi Responden

<i>Informasi Responden</i>	
Jenis Kelamin	Prosen (%)
laki-laki	48.5
Perempuan	51.5
<i>Total</i>	<i>100.0</i>
<i>Usia</i>	
21-30 tahun	24.2
31-40 tahun	57.6
> 40 tahun	18.2
<i>Total</i>	<i>100.0</i>
<i>Pendidikan</i>	
SD	9.1
SMP / sederajat	6.1
SMA / sederajat	63.6
DIPLOMA	3.0
SARJANA	6.1
Lain-lain	12.1
<i>Total</i>	<i>100.0</i>
<i>Profesi</i>	
PNS/POLRI/TNI	6.1
Wiraswasta	51.5
Karyawan	21.2
Ibu Rumah Tangga	21.2
<i>Total</i>	<i>100.0</i>
<i>Pendapatan</i>	
< Rp.500.000,-	42.4
Rp.500.000 – Rp.1.000.000	36.4
Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000	9.1
Rp.1.500.000 – Rp.2.000.000	9.1
>Rp. 2.000.000	3.0
<i>Total</i>	<i>100.0</i>

Tabel 4.2 Tabulasi Silang Informasi Responden Berdasarkan Profesi dengan Jenis Kelamin, Pendidikan dan Pendapatan

<i>GENDER * PROFESI Crosstabulation</i>					
GENDER	PROFESI				Total
	PNS/POLRI/ TNI	wiraswasta	karyawan	ibu Rumah Tangga	
laki-laki	0	11	5	0	16
perempuan	2	6	2	7	17
<i>Total</i>	2	17	7	7	33

<i>PENDIDIKAN * PROFESI Crosstabulation</i>					
PENDIDIKAN	PROFESI				Total
	PNS/POLRI/ TNI	wiraswasta	karyawan	ibu Rumah Tangga	
SMU/SMK	0	13	7	4	24
akademi/diploma	0	1	0	0	1
sarjana	2	0	0	0	2
SD	0	3	0	1	4
SLTP	0	0	0	2	2
<i>Total</i>	2	17	7	7	33

<i>PROFESI * PENDAPATAN Crosstabulation</i>						
PROFESI	PENDAPATAN					Total
	< 500 rb	500rb - 1 jt	1 - 1,5 jt	1,5 - 2 jt	> 2 jt	
PNS/POLRI/TNI	0	0	0	1	1	2
wiraswasta	8	7	1	1	0	17
karyawan	0	4	2	1	0	7
ibu Rumah Tangga	6	1	0	0	0	7
<i>Total</i>	14	12	3	3	1	33

Tabel 4.3 Alasan Memilih PAUD

<i>Informasi Responden</i>	
Alasan Memilih PAUD	<i>Prosen (%)</i>
Letaknya dekat	18.2
Berbasis islam	57.6
Kenal dengan pengurus	3.0
Biaya terjangkau	21.2
<i>Total</i>	100.0

<i>Sumber Informasi</i>	
Tetangga	57.6
Saudara	30.3
Spanduk	3.0
Selebaran	9.1
<i>Total</i>	100.0

LAMPIRAN 3

Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Semua Item (Tahap I)

Kelompok	Item	Sig. (2-tailed)	Keputusan
Aktivitas	1. Menegur sapa	0,053	Gugur
	2. Senang bekerja	0,003	Valid
	3. Wajilat Qulubuhum	0,000	Valid
	4. Sholat 5 waktu	0,000	Valid
	5. Melakukan hal penting	0,000	Valid
	6. Bertanam sekitar rumah	0,001	Valid
	7. Beribadah sunah	0,004	Valid
	8. Mencari rizki halal	0,196	Gugur
	9. Mencari info terbaru	0,001	Valid
	10. Menutup aurat	0,003	Valid
Minat	11. Senang kerapian	0,009	Valid
	12. Senang olah raga	0,000	Valid
	13. Senang hal baru dan berbeda	0,000	Valid
	14. Memprioritaskan kebutuhan	0,088	Gugur
	15. Suka berkelompok	0,042	Valid
	16. Senang rutinitas hidup	0,120	Gugur
	17. Senang mengikuti trend	0,000	Valid
	18. Suka memimpin	0,000	Valid
	19. Senang membuat sesuatu	0,010	Valid
	20. Suka memaafkan	0,008	Valid
Pendapat	21. Saya berpendidikan	0,000	Valid
	22. Saya memiliki percaya diri yang tinggi	0,000	Valid
	23. Saya memiliki kelebihan	0,000	Valid
	24. Membantu suatu keharusan	0,006	Valid
	25. Merasa selalu diawasi Allah	0,552	Gugur
	26. Memiliki konsisten tinggi	0,002	Valid
	27. Saya suka berfoya-foya	0,596	Gugur
	28. Tidak mudah putus asa)	0,325	Gugur
	29. Aktifitasku adalah ibadahku	0,034	Valid
	30. Koran lebih penting dari majalah	0,092	Gugur

LAMPIRAN 4

Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Item yang Valid (Tahap II)

Kelompok	Item	Sig. (2-tailed)	Koefisien Alpha	Keputusan			
Aktivitas	<i>Senang bekerja</i>	0,003	0,6837	Valid dan Reliabel			
	<i>Wajilat Qulubuhum (V1₃)</i>	0,000					
	<i>Sholat 5 waktu (V1₄)</i>	0,000					
	<i>Melakukan hal penting (V1₅)</i>	0,000					
	<i>Bertanam sekitar rumah (V1₆)</i>	0,001					
	<i>Beribadah sunah (V1₇)</i>	0,004					
	<i>Mencari info terbaru (V1₉)</i>	0,001					
	<i>Menutup aurat (V1₁₀)</i>	0,003					
	Minat	<i>Senang kerapian (V2₁)</i>			0,009	0,6576	Valid dan Reliabel
		<i>Senang olah raga (V2₂)</i>			0,000		
<i>Senang hal baru dan berbeda (V2₃)</i>		0,000					
<i>Suka berkelompok (V2₅)</i>		0,042					
<i>Senang mengikuti trend (V2₇)</i>		0,000					
<i>Suka memimpin (V2₈)</i>		0,000					
<i>Senang membuat sesuatu (V2₉)</i>		0,010					
<i>Suka memaafkan (V2₁₀)</i>		0,008					
Pendapat		<i>Saya berpendidikan (V3₁)</i>	0,000	0,6885	Valid dan Reliabel		
		<i>Saya memiliki PD yang tinggi (V3₂)</i>	0,000				
	<i>Saya memiliki kelebihan (V3₃)</i>	0,000					
	<i>Membantu suatu keharusan (V3₄)</i>	0,006					
	<i>Memiliki konsisten tinggi (V3₆)</i>	0,002					
	<i>Aktifitasku adalah ibadahku (V3₉)</i>	0,034					

LAMPIRAN 5

Tabel 4.6 Ringkasan Tabulasi Jawaban Responden Tiap Kelompok

	Aktivitas (V1)	Minat (V2)	Pendapat (V3)
Jumlah Item	8	8	6
n (Sampel)	33	33	33
Mean	33.6667	28.3333	21.4545
Standart Deviasi	2.83578	3.84599	3.32689
Min	28.00	16.00	15.00
Max	39.00	35.00	29.00
Total Skor Rata2	138,87	116,87	118

Tabel 4.7 Ringkasan Distribusi Frekwensi Kelompok Aktivitas (v1)

Item	Total Skor (%)					Total Skor	Penilaian
	STS	TS	CS	S	SS		
v1.1				54.5	45.5	150	sangat baik
v1.2			3.0	57.6	39.4	144	sangat baik
v1.3			3.0	27.3	66.7	151	sangat baik
v1.5			6.1	66.7	27.3	139	sangat baik
v1.7			12.1	69.7	18.2	134	baik
v1.8			18.2	69.7	12.1	130	baik
v1.9	3.0	15.2	12.1	63.6	6.1	117	baik
v1.10			6.1	45.5	48.5	146	sangat baik
<i>Total Skor Kelompok</i>						<i>1111</i>	<i>sangat baik</i>
<i>Total Skor Rata-Rata</i>						<i>138,87</i>	<i>sangat baik</i>

Tabel 4.8 Ringkasan Distribusi Frekwensi Kelompok Minat (v2)

Item	Total Skor (%)					Total Skor	Penilaian
	STS	TS	CS	S	SS		
v2.1				27.3	72.7	156	sangat tinggi
v2.2	3.0		9.1	69.7	18.2	132	tinggi
v2.3		12.1	24.2	57.6	6.1	118	tinggi
v2.5	3.0	21.2	27.3	45.5	3.0	107	cukup
v2.7	3.0	45.5	18.2	33.3		93	cukup
v2.8	9.1	48.5	27.3	15.2		82	rendah
v2.9		12.1	36.4	45.5	6.1	114	tinggi
v2.10	12.1	3.0		39.4	45.5	133	tinggi
<i>Total Skor Kelompok</i>						<i>935</i>	<i>tinggi</i>
<i>Total Skor Rata-Rata</i>						<i>116,87</i>	<i>tinggi</i>

Tabel 4.9 Ringkasan Distribusi Frekwensi Kelompok Pendapat (v3)

Item	Total Skor (%)					Total Skor	Penilaian
	STS	TS	CS	S	SS		
v3.1	15.2	30.3	15.2	36.4	3.0	93	cukup baik
v3.2		27.3	27.3	39.4	6.1	107	cukup baik
v3.3	6.1	30.3	33.3	24.2	6.1	97	cukup baik
v3.4		3.0	6.1	48.5	42.4	142	sangat baik
v3.6		3.0	21.2	69.7	6.1	125	baik
v3.9		3.0	3.0	48.5	45.5	144	sangat baik
<i>Total Skor Kelompok</i>						<i>708</i>	<i>baik</i>
<i>Total Skor Rata-Rata</i>						<i>118</i>	<i>baik</i>

LAMPIRAN 6

Tabel 4.10 Initial Cluster Centers

	Cluster		
	1	2	3
senang bekerja	5.00	4.00	5.00
wajilat qulubuhum	4.00	4.00	5.00
solat 5 waktu	3.00	4.00	5.00
melkukan hal penting	4.00	4.00	5.00
bertanam	4.00	4.00	4.00
beribadah sunah	3.00	4.00	3.00
mencari info terbaru	4.00	1.00	2.00
menutup aurat	3.00	4.00	5.00
senang kerapian	5.00	4.00	5.00
senang olah raga	5.00	1.00	5.00
senag hal baru & beda	5.00	2.00	2.00
suka berkelompok	3.00	2.00	5.00
senang mengikuti tren	4.00	2.00	2.00
suka memimpin	4.00	2.00	2.00
senang membuat sesuatu	3.00	2.00	5.00
suka memaafkan	4.00	1.00	2.00
saya berpendidikan	4.00	4.00	1.00
PD saya tinggi	4.00	3.00	5.00
saya mmlki kelebihan	3.00	3.00	5.00
keharusan membantu	4.00	4.00	5.00
konsisten tinggi	4.00	3.00	5.00
aktifitasku ibadahku	4.00	5.00	5.00

Tabel 4.11 Iteration History(a)

Iteration	Change in Cluster Centers		
	1	2	3
1	3.508	3.958	3.824
2	.213	.924	.778
3	.182	1.077	1.217
4	.154	.466	.000
5	.256	.526	.000
6	.336	.540	.000
7	.194	.251	.000
8	.000	.000	.000

Tabel 4.12 Final Cluster Centers

	Cluster		
	1	2	3
senang bekerja	4.65	4.33	4.75
wajilat qulubuhum	4.47	4.08	4.75
solat 5 waktu	4.59	4.50	4.75
melkukan hal penting	4.41	3.83	4.50
bertanam	4.24	3.83	4.00
beribadah sunah	4.00	3.92	3.75
mencari info terbaru	4.12	2.75	3.50
menutup aurat	4.41	4.33	4.75
senang kerapian	4.67	4.76	4.75
senang olah raga	4.24	3.67	4.00
senag hal baru & beda	4.00	3.08	3.25
suka berkelompok	3.47	2.58	4.25
senang mengikuti tren	3.41	2.25	2.00
suka memimpin	2.82	2.17	2.00
senang membuat sesuatu	3.47	3.25	4.00
suka memaafkan	4.53	4.25	1.25
saya berpendidikan	3.41	2.17	2.25
PD saya tinggi	3.59	2.58	3.75
saya mmlki kelebihan	3.29	2.25	3.50
keharusan membantu	4.59	3.83	4.50
konsisten tinggi	4.06	3.25	4.25
aktifitasku ibadahku	4.47	4.17	4.50

Tabel 4.13 ANOVA

	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
senang bekerja	.441	2	.243	30	1.814	.180
wajilat qulubuhum	.867	2	.263	30	3.292	.051
solat 5 waktu	.096	2	.529	30	.182	.834
melkukan hal penting	1.365	2	.226	30	6.038	.006
bertanam	.577	2	.291	30	1.983	.155
beribadah sunah	.106	2	.322	30	.329	.722
mencari info terbaru	6.584	2	.500	30	13.154	.000
menutup aurat	.263	2	.384	30	.684	.512
senang kerapian	.035	2	.216	30	.162	.851
senang olah raga	1.137	2	.524	30	2.170	.132
senag hal baru & beda	3.197	2	.456	30	7.018	.003
suka berkelompok	5.079	2	.597	30	8.512	.001
senang mengikuti tren	6.271	2	.546	30	11.494	.000
suka memimpin	2.053	2	.671	30	3.058	.062
senang membuat sesuatu	.848	2	.616	30	1.377	.268
suka memaafkan	17.867	2	.641	30	27.866	.000
saya berpendidikan	6.187	2	1.084	30	5.705	.008
PD saya tinggi	4.138	2	.659	30	6.275	.005
saya mmlki kelebihan	4.550	2	.826	30	5.508	.009
keharusan membantu	2.093	2	.426	30	4.911	.014
konsisten tinggi	2.787	2	.198	30	14.073	.000
aktifitasku ibadahku	.367	2	.497	30	.739	.486

Tabel 4.14 Number of Cases in each Cluster

Cluster	1	17.000
	2	12.000
	3	4.000
Valid		33.000
Missing		.000

Tabel 4.15 Cluster Membership

Case Number	Nama Responden	Cluster	Distance
1	1.00	1	3.371
2	2.00	1	2.963
3	3.00	1	3.720
4	4.00	1	2.862
5	5.00	2	4.095
6	6.00	1	2.768
7	7.00	1	1.867
8	8.00	1	2.546
9	9.00	3	2.449
10	10.00	2	3.800
11	11.00	1	2.392
12	12.00	2	3.843
13	13.00	2	5.456
14	14.00	2	2.758
15	15.00	1	3.108
16	16.00	1	2.546
17	17.00	1	2.872
18	18.00	1	3.247
19	19.00	1	2.637
20	20.00	2	2.367
21	21.00	2	2.876
22	22.00	2	2.876
23	23.00	2	3.406
24	24.00	1	4.075
25	25.00	1	2.923
26	26.00	1	2.104
27	27.00	2	3.307
28	28.00	2	2.962
29	29.00	2	2.634
30	30.00	3	3.808
31	31.00	1	2.604
32	32.00	3	2.550
33	33.00	3	2.646

LAMPIRAN 7

Tabel 4.16 Initial Cluster Centers

	Cluster		
	1	2	3
wajilat qulubuhum	4.00	4.00	5.00
solat 5 waktu	3.00	4.00	5.00
melkukan hal penting	4.00	4.00	5.00
bertanam	4.00	4.00	4.00
beribadah sunah	3.00	4.00	3.00
mencari info terbaru	4.00	1.00	2.00
menutup aurat	3.00	4.00	5.00
senang kerapian	5.00	4.00	5.00
senag hal baru & beda	5.00	2.00	2.00
suka berkelompok	3.00	2.00	5.00
senang mengikuti tren	4.00	2.00	2.00
suka memimpin	4.00	2.00	2.00
senang membuat sesuatu	3.00	2.00	5.00
suka memaafkan	4.00	1.00	2.00
saya berpendidikan	4.00	4.00	1.00
saya mmlki kelebihan	3.00	3.00	5.00
keharusan membantu	4.00	4.00	5.00
konsisten tinggi	4.00	3.00	5.00
aktifitasku ibadahku	4.00	5.00	5.00
senang olah raga	5.00	1.00	5.00
PD saya tinggi	4.00	3.00	5.00

Tabel 4.17 Iteration History(a)

Iteration	Change in Cluster Centers		
	1	2	3
1	3.515	4.333	3.512
2	.200	.939	.878
3	.395	1.173	.000
4	.374	.659	.000
5	.306	.391	.000
6	.000	.000	.000

Tabel 4.18 Final Cluster Centers

	Cluster		
	1	2	3
wajilat qulubuhum	4.47	4.08	4.75
solat 5 waktu	4.59	4.50	4.75
melkukan hal penting	4.41	3.83	4.50
bertanam	4.24	3.83	4.00
beribadah sunah	4.00	3.92	3.75
mencari info terbaru	4.12	2.75	3.50
menutup aurat	4.41	4.33	4.75
senang kerapian	4.67	4.76	4.75
senag hal baru & beda	4.00	3.08	3.25
suka berkelompok	3.47	2.58	4.25
senang mengikuti tren	3.41	2.25	2.00
suka memimpin	2.82	2.17	2.00
senang membuat sesuatu	3.47	3.25	4.00
suka memaafkan	4.53	4.25	1.25
saya berpendidikan	3.41	2.17	2.25
saya mmlki kelebihan	3.29	2.25	3.50
keharusan membantu	4.59	3.83	4.50
konsisten tinggi	4.06	3.25	4.25
aktifitasku ibadahku	4.47	4.17	4.50
senang olah raga	4.24	3.67	4.00
PD saya tinggi	3.59	2.58	3.75

Tabel 4.19 Number of Cases in each Cluster

Cluster	1	17.000
	2	12.000
	3	4.000
Valid		33.000
Missing		.000



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Terakreditasi "A" SK BAN-PT Depdiknas Nomor : 005/BAN-PT/ Ak-X/S1/II/2007
Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 558881, Faksimile (0341) 558881
<http://www.ekonomi.uin-malang.ac.id>; e-mail : ekonomi@uin-malang.ac.id

BUKTI KONSULTASI

Nama : Rifqiyatuz Zuhria
NIM/Jurusan : 06610010/Manajemen
Pembimbing : Dr. H. Masyhuri, Ir., MP
Judul Skripsi : Segmentasi Stakeholders Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Berdasar Psikografi (Studi pada PAUD Al-Qur'an Kepuharjo Karangploso Malang)

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	15 September 2009	Pengajuan Judul	1.
2.	28 September 2009	Proposal	2.
3.	15 Oktober 2009	Revisi Proposal	3.
4.	27 Oktober 2009	Revisi Proposal	4.
5.	3 November 2009	Revisi Proposal	5.
6.	12 November 2009	Acc Proposal	6.
7.	4 Desember 2009	Seminar Proposal	7.
8.	5 Februari 2010	Revisi Bab I, II	8.
9.	25 Februari 2010	Revisi Bab III, IV	9.
10.	5 Februari 2010	Revisi Bab IV	10.
11.	15 Maret 2010	Revisi Bab IV	11.
12.	25 Maret 2010	Acc Keseluruhan	12.

Malang, 26 Maret 2010
Mengetahui
Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP 19550302 198703 1 004

BIODATA PENELITI

A. Data Pribadi

1. Nama : Rifqiyatuz Zuhria
2. Tempat & Tanggal Lahir : Malang, 26 Maret 1988
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat Asal : Jl. Kelapa Sawit 33 Malang
5. Telepon & HP : 08563769437
6. E-mail : rifq_air@yahoo.com

B. Riwayat Pendidikan Formal

1. TK Muslimat NU 26 Malang tahun 1992-1993
2. SDN Pisang Candi V Malang tahun 1993-2000
3. SLTP N 1 Sumber Jambe Jember tahun 2000-2003
4. MAKN 3 Malang tahun 2003-2006
5. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2006-2010

C. Riwayat Pendidikan Non Formal

1. Pelatihan SPSS
2. Seminar kesehatan

D. Pengalaman Organisasi

1. Sekretaris OSIA MAN 3 Malang 2004-2005
2. Sie Perlengkapan Dewan Ambalan Pramuka MAN 3 Malang
3. Bendahara JQH UIN MMI Malang 2008-2009
4. Anggota Kehormatan HTQ UIN MALIKI Malang 2009-2010
5. Anggota MCW 2009

E. Pengalaman Research & Penulisan Artikel

1. Research data korupsi pemerintah Jawa Timur

Demikian Daftar Riwayat hidup ini dibuat dengan benar dan dapat dipertanggungjawabkan.

