

**ANALISIS *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING*
(STP) DALAM STRATEGI PEMASARAN BISNIS *RETAIL***

(Studi Kasus pada Super Indo Mustika Jaya)

**NUR FITRIYANI
1702517004**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***ANALYSIS OF SEGMENTING, TARGETING, AND
POSITIONING (STP) IN THE RETAIL BUSINESS
MARKETING STRATEGY At Super Indo Mustika Jaya***

**NUR FITRIYANI
1702517004**



***This Scientific Paper Report arranged to meet one of the requirements to get the
title of the Experts Associate at Study Program of DIII Marketing Management
Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta..***

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020***

ABSTRAK

Nur Fitriyani. 1702517004. Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) dalam strategi pemasaran bisnis ritail pada Super Indo Mustika Jaya. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa strategi pemasaran menggunakan metode Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) yang digunakan oleh Super Indo Mustika Jaya. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yaitu mengimplementasikan data – data berupa gambaran dan penjelasan mengenai kondisi yang sebenarnya, keseluruhan objek yang diteliti, dan pengamatan dari segala aspek yang ada pada Super Indo Mustika Jaya dan metode pengumpulan data yaitu melalui observasi, studi pustaka, dan wawancara.

Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa Super Indo Mustika Jaya melakukan penerapan strategi pemasaran menggunakan metode Segmenting dengan variabelnya : geografis, demografis, perilaku, dan psikografis, Targeting dengan melihat konsumen sebagai pasar yang besar dan karena itu perusahaan menciptakan beberapa jenis produk untuk memenuhi semua kebutuhan pasar , dan Positioning yaitu memberikan sebuah nilai unggul kepada konsumen agar terlihat berbeda dari pesaing.

Kata kunci : Segmenting, Targeting, Positioning, Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

Nur Fitriyani. 1702517004. Analysis of Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) in the retail business marketing strategies at Super Indo Mustika Jaya. DIII Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.

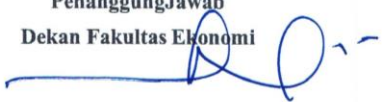



This study aims to describe and analyze marketing strategies using the Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) method used by Super Indo Mustika Jaya. This study uses descriptive analysis method that is implementing data in the form of an overview and explanation of the actual conditions, the entire object under study, and observations from all aspects of Super Indo Mustika Jaya and data collection methods are through observation, literature study, and interviews.

Based on this research, it can be seen that Super Indo Mustika Jaya implements the marketing strategy using the Segmenting method with its variants: geographic, demographic, behavioral, and psychographic, Targeting by looking at consumers as a large market and therefore the company creates several types of products to meet all market needs, and Positioning superior value to consumers in order to look different from other competitors.

Keyword : Segmenting, Targeting, Positioning, Marketing Strategy

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH			
PenanggungJawab Dekan Fakultas Ekonomi  <u>Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd</u> NIP 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dra. Solikhah, M.M</u> NIP196206231990032001 (Ketua)		25 Agustus 2020
2	<u>Shandy Aditya,</u> <u>BIB.,M.PBS</u> NIP198404082019031003 (Penguji Ahli)		24 Agustus 2020
3	<u>M. Edo S Siregar, S.E.,</u> <u>M.B.A.</u> NIP197201252002121002 (Pembimbing)		26 Agustus 2020
Nama : Nur Fitriyani No. Registrasi : 1702517004 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 14 Agustus 2020			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama : Nur Fitriyani

NIM : 1702517004

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul "**Analisis Segmenting, Targeting dan Positioning (STP) dalam Strategi Pemasaran Bisnis Retail (Studi Kasus pada Super Indo Mustika Jaya)**" ini adalah benar-benar karya ilmiah Saya sendiri, dan Saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini Saya siap menerima tindakan/sanksi yang diajukan kepada Saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya ilmiah Saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan



Nur Fitriyani

1702517004

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur senantiasa penulis haturkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, karena penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul *Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)* dalam strategi pemasaran bisnis ritel pada Super Indo Swalayan Mustika Jaya. Karya Ilmiah ini disusun bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapat gelar Ahli Madya.

Selama proses pelaksanaan dan penyusunan laporan karya ilmiah ini, penulis mendapat dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Solikhah M.M selaku Koordinator Prodi DIII Manajemen Pemasaran.
3. M. Edo Suryawan Siregar, SE, M.B.A. selaku Dosen Pembimbing Praktikan yang selalu mendukung dan memberikan saran serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
4. Bapak Supriyatna selaku *store leader* Super Indo Mustika Jaya dan Ibu Aisyah selaku *assistan store leader* Super Indo Mustika Jaya yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penulisan karya ilmiah ini.
5. Kedua orang tua serta kakak-kakak yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama penulisan karya ilmiah ini.

6. Teman-teman mahasiswa DIII Manajemen Pemasaran B 2017 , yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini tidak luput dari kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat praktikan harapkan guna perbaikan laporan. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR ORISINILITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat	5
BAB II KAJIAN TEORETIS DAN METODOLOGI PENULISAN.....	7
A. Kajian Teoritis	7
1. Pemasaran	7
2. Strategi Pemasaran.....	8
3. Segmenting.....	8
4. Targeting	16
5. Positioning.....	19
6. Bisnis <i>Retail</i>	20
B. Kerangka Berfikir.....	25
C. Metodologi Penulisan	26
1. Tempat dan Waktu.....	26
2. Metode Penulisan	27
BAB II PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum Perusahaan	33
1. Sejarah Perusahaan	33

2.	Visi Super Indo Mustika Jaya	35
3.	Misi Super Indo Mustika Jaya	35
4.	Tujuan Super Indo Mustika Jaya	36
5.	Logo Perusahaan.....	37
6.	Struktur Organisasi Super Indo Tambun Selatan.....	38
7.	Kegiatan Operasional	43
B.	Hasil Wawancara Narasumber dengan.....	48
1.	Segmentasi Super Indo Mustika Jaya	48
2.	Target Pasar Super Indo Mustika Jaya.....	51
3.	Posisi Pasar Super Indo Mustika Jaya (Positioning)	53
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		56
1.	Kesimpulan	56
2.	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN		60

DAFTAR GAMBAR

Gambar II 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar III 1 Super Indo Mustika Jaya	34
Gambar III 2 Logo Super Indo	38
Gambar III 3 Struktur Organisasi Super Indo Mustika Jaya	39
Gambar III 4 Kasir Super Indo Mustika Jaya	43
Gambar III 6 Kegiatan Super Event	55

DAFTAR TABEL

Tabel III 1Klasifikasi Produk Super Indo Mustika Jaya 46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara Penelitian

Lampiran 2 Dokumentasi Saat Melakukan Wawancara

Lampiran 3 Dokumentasi Suasana Super Indo Mustika Jaya



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021 -4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Fitriyani
NIM : 1702517004
Fakultas/Prodi : Ekonomi / D3 Manajemen Pemasaran
Alamat email : nurfitriyani2501@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (Karya Ilmiah)

yang berjudul :

: Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) dalam Strategi Pemasaran Bisnis
Retail (Studi Kasus pada Super Indo Mustika Jaya)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 September 2020

Penulis

(Nur Fitriyani)
nama dan tanda tangan