

**ANALISIS SEGMENTATION, TARGETING, DAN POSITIONING
DALAM RANGKA MENINGKATKAN DAYA SAING MELALUI
STRATEGI PEMASARAN DI PT GIJUTSU DIGITAL INDONESIA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



OLEH :

MOHAMMAD HIKMATUL QUBRO

NPK : K.2015.1.33479

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MALANGKUCECWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

MALANG

2020

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS SEGMENTASI, TARGETING DAN POSITIONING DALAM RANGKA MENINGKATKAN
DAYA SAING MELALUI STRATEGI PEMASARAN DI PT. GIJTSU DIGITAL INDONESIA

Oleh :

MOHAMMAD HIKMATUL QUBRO

K.2015.1.33479

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

02 Maret 2020 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Drs. ALI LATING, MM.



Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D
NIK 202.710.182 Qc

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 04/02/2020

Mahasiswa



NPK: K.2015.1.33479

SURAT KETERANGAN RISET



PT. GIJUTSU INDONESIA

Perum. Taman Indah Regency DA 20. Sidoarjo, Jawa Timur
Telp. 031 099 784 617 Phone. 081 259 388 090 Email. admin@gijutsu.co.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mohammad Hijrah Ramadhan
Jabatan : Direktur Utama
Alamat : Perumahan taman indah regency DA 20, Kab.Sidoarjo, Jawa Timur, 61257,
Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Mohammad Hikmatul Qubro
NPK : K.2015.1.33479
Program Studi : Manajemen
Universitas : STIE Malangkececwara

Telah selesai melakukan penelitian di perusahaan PT Gijutsu Digital Indonesia dalam rangka penulisan skripsi dengan judul: ANALISIS SEGMENTATION, TARGETING, DAN POSITIONING DALAM RANGKA MENINGKATKAN DAYA SAING MELALUI STRATEGI PEMASARAN DI PT GIJUTSU DIGITAL INDONESIA sejak tanggal 21 Desember 2019 sampai dengan tanggal 23 Desember 2019 dan telah pula membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Sidoarjo, 10 Januari 2020

PT. Gijutsu Digital Indonesia


Muhammad Hijrah Ramadhan
Direktur Utama

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Drs. Bunyamin, MM, Ph.D.
2. Dra. Lindanarni, MM.
3. Ali Iating MM
4. Mohammad Hijrah Ramadhan

Rekan-rekan penulis dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan untuk ikut serta berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini. Sujud syukur dan terima kasih yang dalam penulis sampaikan kepada ayah bunda tercinta, atas dorongan yang kuat dan doa yang tiada putus-putusnya dipanjatkan kehadiran Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan studi. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Hasanul Bulqiah yang telah banyak membantu dalam merapikan printer skripsi ini

Malang, 4 Maret 2020

Mohammad Hikmatul Qubro

ABSTRAK

Secara Umum, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran PT. Gijutsu Digital Indonesia, dengan banyaknya perusahaan besar serta perkembangan teknologi yang semakin canggih maka penelitian ini melihat bagaimana *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* PT. Gijutsu Digital Indonesia untuk meningkatkan daya saing pemasaran. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisa data yakni pengumpulan data, reduksi data, display data, dan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya *segmentation* yang dilakukan yaitu pemetaan wilayah ditujukan untuk perumahan menengah yang diawali dengan wilayah GERBANGKERTOSUSILO (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan). Selanjutnya *targeting* perusahaan melalui perumahan yang langsung diawali dengan bernegosiasi dengan developer. *Positioning* perusahaan menggunakan strategi endorsement positioning yaitu menekankan dukungan dari para ahli dan selebritis. Upaya pemasaran yang dilakukan oleh PT. Gijutsu Digital Indonesia ada tiga langkah, *pertama* dengan digital marketing melalui Facebook dan Google Ads. *Kedua*, menggunakan sales dan *ketiga*, endorsement positioning.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Segmentation, Targeting, Positioning*

ABSTRACT

In general, this study aims to determine the marketing strategy of PT. Gijutsu Digital Indonesia, with many large companies and increasingly sophisticated technological developments, this study looks at how the Segmentation, Targeting and Position of PT. Gijutsu Digital Indonesia to improve marketing competitiveness. This research uses qualitative research, data collection techniques using observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques namely data collection, data reduction, data display, and conclusions.

The results showed that the segmentation that was carried out was the mapping of the area aimed at middle housing that began with the area GERBANGKERTOSUSILO (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan). Furthermore, targeting companies through housing starts directly with negotiating with the developer. The company's positioning uses an endorsement positioning strategy that emphasizes the support of experts and celebrities. Marketing efforts carried out by PT. Gijutsu Digital Indonesia has three steps, first with digital marketing through Facebook and Google Ads. Second, using sales and third, endorsement positioning.

Keywords : *Marketing Strategy, Segmentation, Targeting, Positioning*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul : Analisis Segmentasi, Targeting, Dan Positioning dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Melalui Strategi Pemasaran di PT Gijutsu Digital Indonesia. Di dalam tulisan ini disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi : segmentasi, targeting, dan position, marketing mix. Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh sebab itu mengharapkan saran yang membangun agar bermanfaat bagi yang membutuhkan

Malang, 4 Maret 2020

Mohammad Hikmatul Qubro

DAFTARS ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
SURAT KETERANGAN RISET.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 latar belakang.....	1
1.2 Perumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Smart Home.....	12
2.3 Segmentation.....	13
2.4 Targeting.....	15
2.5 Positioning.....	16
2.6 Strategi pemasaran.....	19
2.7 marketing Mix.....	20

BAB III.....	24
METODELOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis penelitian.....	24
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.3 Teknik Analisa data.....	26
BAB IV	28
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Deskripsi lokasi Penelitian	28
4.2 Temuan Penelitian.....	29
4.3 Pembahasan.....	34
4.3.1 Analisis segmentation targetting dan Positioning dlam Rangka Meningkatkan daya Saing Melalui Strategi pemasaran Di PT Gijutsu digital Indonesia.....	34
4.3.1.2 Targeting PT Gijutsu Digital Indonesia.....	36
4.3.1.3 Positioning PT Gijutsu digital Indonesia.....	38
4.3.2 Pemasaran smart Home dari PT Gijutsu digital Indonesia.....	40
4.4 SWOT.....	42
BAB V.....	50
PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Kontribus penelitian.....	51
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	51
5.4 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54

DAFTAR TABEL

1.1	Kekuatan Perusahaan	5
2.1	Penelitian Terdahulu	9
4.1	Tabel Swot	42

DAFTAR GAMBAR

2.1	Langkah-langkah Proactive Segmentation	15
-----	--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan	56
Lampiran 2	Dokumentasi Wawancara	57
Lampiran 3	Surat Keterangan Penelitian	iii
Lampiran 4	Kartu Bimbingan skripsi	59