

**PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI STRATEGI
PENGEMBANGAN BISNIS MELALUI PENDEKATAN *SEGMENTING*,
TARGETING, DAN *POSITIONING* PADA PERSEWAAN KOSTUM
COSPLAY ANDRE COSRENT DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



Disusun oleh:

ANDREYATNO FIRMANSYAH

K.2020.1.35192

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG**

2024

SKRIPSI

PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MEI
PENDEKATAN SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING PADA PERSEWAAN KO
COSPLAY ANDRECSRENT DI KOTA MALANG



Oleh :

ANDREYATNO FIRMANSYAH

K.2020.1.35192

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :
29 Agustus 2024 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Dr. SETIYAWAN , M.Si.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçwara

Dr. BUNYAMIN ,M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

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, 10 Agustus 2024

Andreyatno Firmansyah



NPK: K.2020.1.35192

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. SETIYAWAN, M.Si
NIK : 202.710.084

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : ANDREYATNO FIRMANSYAH
NPK : K.2020.1.35192
Program Studi : MANAJEMEN
Alamat :

No HP :
E-mail :

Menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçeçwara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari : Pelanggan Andrecosrent periode Juli 2023 sampai dengan Mei 2024.

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PENGEMBANGAN BISNIS MELALUI PENDEKATAN SEGMENTING,
TARGETING, DAN POSITIONING PADA PERSEWAAN KOSTUM COSPLAY
ANDRECOSRENT DI KOTA MALANG

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 9 Agustus 2024

Dosen pembimbing skripsi,



(Drs. SETIYAWAN, M.Si)

NIK. 202.710.084

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua STIE Malangkuçeçwara
2. Ketua Program Studi
3. Dosen Pembimbing
4. Para responden dalam penelitian
5. Kerabat serta kolega penulis penelitian

Ucapan terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada ayah ibu tercinta, atas dorongan yang kuat serta kebijaksanaan dan doa yang tiada putus-putusnya dipanjatkan kehadiran Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan studi. Tak lupa juga kepada dosen pembimbing serta teman-teman yang turut memudahkan kendala yang sempat dialami penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah memberikan kontribusi demi terwujudnya penelitian ini.

Malang, 10 Agustus 2024

Penulis,

Andreyatno Firmansyah

ABSTRAK

Budaya populer Jepang yang berkembang di Indonesia adalah *Cosplay*. Yusuf (2019) menyatakan bahwa *Cosplay* adalah sebuah trend yang selalu populer hingga saat ini. Di Era revolusi industri 4.0 society 5.0 yang sedang berjalan saat ini, mendorong semua pihak untuk beradaptasi dengan perkembangan industri digital. Media sosial merupakan sarana *digital marketing* yang paling mudah untuk dimanfaatkan saat ini. Salah satu strategi yang banyak digunakan oleh pelaku bisnis yaitu dengan menerapkan metode *Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)*.

Jenis penelitian ini dilakukan secara kualitatif bersifat deskriptif analitis. Metode yang digunakan adalah *Fenomenologi (Phenomenology)* untuk mendapatkan penjelasan tentang realitas yang tampak. Dengan melakukan wawancara dengan sejumlah responden. Dengan pendekatan *Segmenting, Targeting dan Positioning* melalui media social mempermudah pelaku bisnis dalam menjangkau target sasaran. Media informasi digital seperti *Instagram, Facebook, TikTok* dan *YouTube* dapat dijadikan sebagai peluang untuk memperkenalkan bisnis yang dijalankan dengan harapan bisnis yang dijalankan dapat berkembang lebih besar dan sebagai perluasan informasi yang efektif melalui *digital marketing*. Peneliti menyarankan Andrecosrent untuk membuat terobosan baru dengan memanfaatkan *media social* lainnya yang saat ini sedang naik daun seperti *TikTok* maupun *Youtube*, yang akan menjadi wadah untuk melakukan pemasaran seluas-luasnya.

Kata Kunci : *Segmenting, Targeting, Positioning, Digital Marketing*

ABSTRACT

Japanese popular culture that is developing in Indonesia is Cosplay. Yusuf (2019) stated that Cosplay is a trend that is always popular today. In the era of industrial revolution 4.0 society 5.0 which is currently underway, it encourages all parties to adapt to developments in the digital industry. Social media is the easiest digital marketing tool to utilize today. One strategy that is widely used by business people is to apply the Segmenting, Targeting and Positioning (STP) method.

This type of research was carried out qualitatively, descriptive analytical. The method used is Phenomenology to obtain an explanation of visible reality. By conducting interviews with a number of respondents. With a Segmenting, Targeting and Positioning approach through social media, it makes it easier for business people to reach their targets. Digital information media such as Instagram, Facebook, TikTok and YouTube can be used as opportunities to introduce the business being run in the hope that the business being run can grow bigger and as an effective extension of information through digital marketing. Researchers suggest Andrecosrent to make new breakthroughs by utilizing other social media that Currently, things like TikTok and YouTube are on the rise, which will become a platform for marketing as widely as possible.

Keywords : Segmenting, Targeting, Positioning, Digital Marketing

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur Alhamdulillah, atas limpahan rahmat serta hidayah yang senantiasa diberikan Allah SWT penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul : **Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Segmenting, Targeting, dan Positioning Pada Persewaan Kostum Cosplay Andreco Rent di Kota Malang**

Didalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi : Mengenal Event dan tentang cosplay, Penerapan Digital Marketing, Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning (STP).

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangtepatan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 10 Agustus 2024

Penulis,

Andreyatno Firmansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
SURAT KETERANGAN RISET	iv
LEMBAR RIWAYAT HIDUP	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL.....	4
DAFTAR GAMBAR.....	5
DAFTAR LAMPIRAN.....	6
BAB I PENDAHULUAN.....	7
1.1 Latar Belakang Masalah	7
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Tinjauan Teori	21
2.1.1 Digital Marketing	21
2.1.2 Segmenting, Targeting, Positioning (STP).....	29
2.1.3.1 Segmenting.....	29
2.1.3.2 Targeting.....	32
2.1.3.3 Positioning.....	34
2.1.3 Pemasaran Jasa.....	36
2.1.4 Bisnis Persewaan.....	39
2.1.5 Pengembangan Bisnis.....	41
2.2 Penelitian Terdahulu.....	45
2.3 Penerapan Segmenting, Targeting, Positioning (STP)	47
2.3.1 Segmenting	47

2.3.2 Targeting Dan Positioning.....	48
2.4 Pemetaan Strategi dan Digital Marketing.....	49
2.4.1 Strategi.....	49
2.4.2 Digital Marketing	50
2.5 Modal Konseptual Penelitian.....	52
BAB III MODEL PENELITIAN	54
3.1 Jenis Penelitian	54
3.2 Karakteristik Penelitian Kualitatif.....	55
3.3 Obyek/Situs Penelitian	56
3.4 Informan Penelitian	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.6 Tahapan melakukan wawancara.....	59
3.7 Tahapan Penelitian	60
3.8 Tahapan mengimplementasikan Segmenting, Targeting dan Positioning.....	62
3.9 Tahapan mengimplementasikan Digital Marketing.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Deskripsi Penelitian.....	65
4.2 Pembahasan	68
4.3 Temuan Penelitian	70
4.4 Pembahasan	73
4.5 Data Hasil Wawancara	73
4.5.1 Profil Informan	73
4.5.2 Status Pekerjaan.....	74
4.5.3 Usia.....	75
4.5.4 Psikografi.....	76
4.6 Analisis Data Penelitian	77
4.7 Pengimplementasian Segmenting, Targeting dan Positioning	81
4.7.1 Penerapan Segmenting, Targeting dan Positioning	81
4.8 Penerapan Strategi Dalam Mengembangkan Bisnis.....	82
4.9 Penerapan Digital Marketing Dalam Mengembangkan Bisnis.....	83
BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan	86

5.2 Kontribusi Penelitian.....	87
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	87
5.4 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
1. Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Wawancara.....	90
2. Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Wawancara.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Daftar Harga Sewa Kostum AndrecoRent	13
Tabel 1.2 : Data Customers AndrecoRent Tahun 2023-2024.....	17
Tabel 2.1 : Komponen Segmentasi	31
Tabel 2.2 ; Penelitian Terdahulu	45
Tabel 4.1 : Daftar Koleksi dan Harga Sewa Kostum dan Accessories cosplay AndrecoRent	66
Tabel 4.2 : Daftar Responden Penelitian	69
Tabel 4.3 : Cluster Karakteristik Digital.....	77
Tabel 4.4 : Cluster Karakteristik Rekomendasi.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Instagram @anime_event_malang.....	9
Gambar 1.2 : Jejapangan di Malang Town Square	9
Gambar 1.3 : Akun social media Instagram @andrecosrent.....	16
Gambar 1.4 : Akun social media Facebook Andrecosrent	16
Gambar 1.5 : Testimoni Customers Andrecosrent.....	17
Gambar 2.1 : Sumber data : We Are Social	23
Gambar 2.2 : Most used social media platforms in indonesia Sumber data : We Are Social.....	28
Gambar 2.1 : Profil Instagram @andrecosrent.....	53
Gambar 2.2 Profil Facebook Andrecosrent.....	53
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	55
Gambar 4.1 : Profil Instagram @andrecosrent	68
Gambar 4.2 : Profil Facebook Andrecosrent.....	69
Gambar 4.3 : Grafik persentase pelanggan Andrecosrent.....	72
Gambar 4.4 : Grafik Sumber Perolehan Informasi Pelanggan Andrecosrent.....	73
Gambar 4.5 : Diagram berdasarkan jenis kelamin	74
Gambar 4.6 : Diagram berdasarkan status pekerjaan.....	75
Gambar 4.7 : Diagram berdasarkan usia.....	76
Gambar 4.8 : Diagram berdasarkan Psikografis Andrecosrent.....	77
Gambar 4.9 : Bagan Pengimplementasian STP Andrecosrent.....	82
Gambar 4.10 : Tangkapan layar Instagram Story Andrecosrent.....	83

Gambar 4.11 : Kegiatan mencari Followers84

Gambar 4. 12 : Akun TikTok Andreosrent85

Gambar 4.13 : Konten Youtube Andreosrent.....86

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Wawancara..... 90
2. Lampiran 2 : Transkrip Hasil Wawancara..... 91