

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang merupakan salah satu negara yang memiliki ragam budaya pop, mereka memiliki cara untuk mempresentasikan cara hidupnya agar dapat dinikmati dan dimiliki oleh orang pada umumnya. Budaya populer Jepang meliputi *anime, manga, film animasi, game, j-pop* dan beberapa budaya pop lainnya. Jepang masuk menjadi salah satu negara yang dijadikan *trendsetter* terutama oleh para remaja dalam *style*, yaitu seperti *harajuku style, gyaru, lolita, kawaii-decora, male hosts, visual kei* hingga *Cosplay*. Salah satu budaya populer Jepang yang berkembang di Indonesia adalah *Cosplay*. Yusuf (2019) menyatakan bahwa *Cosplay* adalah sebuah trend yang selalu populer hingga saat ini, *Cosplay* adalah wujud sebenarnya dari *Chuunibyuu*. Wang (2010,19) menjelaskan istilah *Cosplay* pertama kali diperkenalkan di Jepang pada tahun 1984 oleh Takahashi Nobuyuki didalam acara masquerade di Los Angeles Science-Fiction Convention. *Cosplay* (シヤル Kosupure) adalah istilah bahasa Inggris yang berasal dari gabungan kata “*costume*” (kostum) dan “*play*” (bermain). Dikutip dari Jurnal Mechademia, jurnal ilmiah anime dan manga, Theresa Winge mengatakan bahwa “tidak hanya seperti berdandan dan mengenakan kostum seperti dalam pesta kostum atau *Halloween* saja, para *Cosplayer* juga menghabiskan uang yang jumlahnya tidak sedikit selain uang juga waktu karena waktu yang dibutuhkan dalam proses pembuatan kostum pun tidak sebentar. Hal ini juga diperkuat oleh pendapat Winge (2006, hal 65) *Cosplayer* adalah tindakan yang mengeluarkan uang dan waktu dalam membuat dan membeli kostum, mempelajari pose dan dialog khas karakter yang akan mereka perankan dan tampil di acara-acara *Cosplay* sebagaimana mereka merubah diri mereka dari identitas “dunia yang sebenarnya” menjadi karakter (fiksi) yang mereka pilih.

Fukiko mitamura dalam buku berjudul *Naze nihonjin wa Seifuku ga Suki Na No Ka*(2008, hal 4) mengatakan *Cosplay* adalah merubah diri menjadi peran yang dibutuhkan

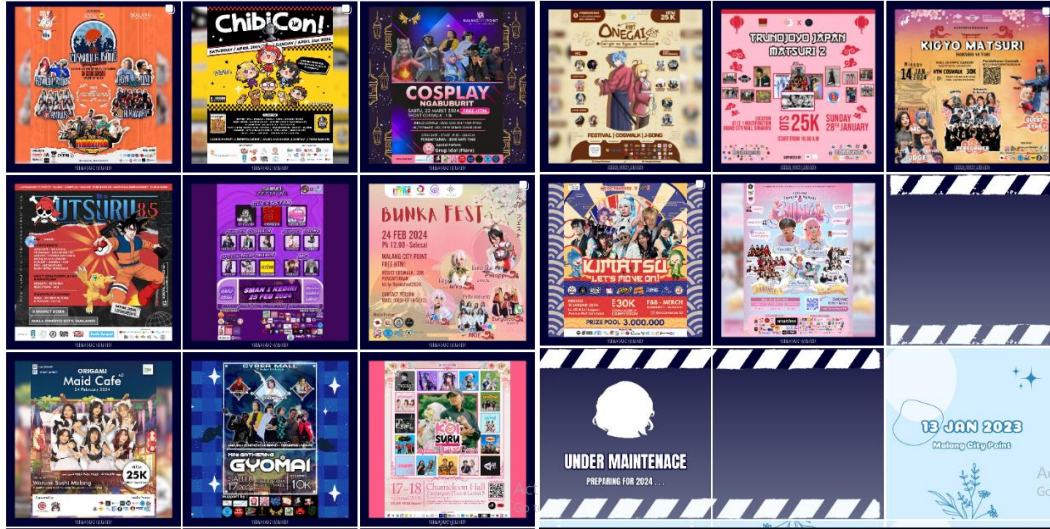
atau status yang diinginkan terlepas dari apakah orang tersebut memang berprofesi sebagai peran yang sedang diembannya tersebut atau tidak.

簡単に役やキャラクターになることができます。それはすぐに彼が望むものになったり、必要な役割になったりします

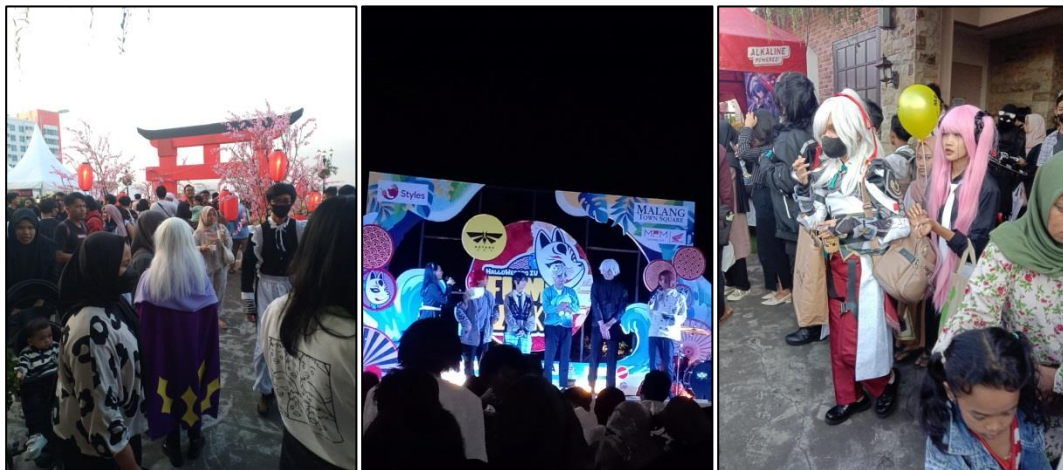
kantan ni yaku ya character ni naru koto ga deki masu .sore wa sugu ni kare ga nozomu mono ni natsu tari 、 hitsuyo nani yakuwari ni natsu tari shi masu

Artinya : “dapat dengan mudah menjadi suatu peran atau tokoh. Dapat dengan cepat menjadi apa yang diinginkan oleh dirinya atau menjadi peran yang dibutuhkan. Inilah yang disebut *Cosplay*

Cosplay merupakan sebuah kegiatan mengikuti tokoh atau karakter dalam manga ataupun anime, baik meniru dalam hal berpakaian, berdandan ataupun beraksi yang menarik untuk dilihat dan ditonton. Istilah *Cosplayer* dalam ber*Cosplay* adalah orang atau subjek yang mengenakan pakaian atau kostum *Cosplay*. Merubah warna mata dengan memakai softlens dan rambut berwarna-warni, wig, menggunakan make-up dan benda-benda pendukung karakter yang diperankan. Sehingga hal ini menimbulkan perilaku konsumtif pada *Cosplayer* untuk mencapai kualitas *Cosplay* yang diinginkan yang menimbulkan kepuasan sendiri bagi para *Cosplayer*. Sebagian besar dari mereka para pelaku *Cosplay* membentuk satu kelompok atau komunitas yang didalamnya adalah orang-orang yang memiliki rasa ketertarikan pada hal yang sama. maka dari itu banyak event jepang yang diadakan hampir setiap minggu yang diselenggarakan oleh berbagai kalangan seperti SMA, universitas dan swasta maupun sektor yang juga bersaing untuk menyelenggarakan acara yang berkesan dan menarik. Berdasarkan data yang diambil dari kaptentekno.com untuk per bulan Juli 2023 diselenggarakan 10 acara yang melibatkan *Cosplay* di Surabaya (Saputra, 2023). Adapun beberapa acara yang di selenggarakan di Kota Malang dan sekitarnya seperti Kota Batu, sabagaimana yang dishare oleh salah satu akun *Instagram* event anime malang sebagai berikut ini.



Gambar 1.1 Event jepengangan di Kota Malang
 Sumber data : *Instagram @anime_event_malang*



Gambar 1.2 Event jepang di Malang Town Square

Di Kota Malang sendiri trend *Cosplay* sudah populer dan berkembang pesat terutama dikalangan teman - teman jepang. Perilaku konsumtif *Cosplayer* dapat dilihat dari adanya beberapa komunitas *Cosplayer* maupun individu yang menyukai *Cosplay* di Kota Malang. Dengan banyaknya acara tersebut tentu saja jumlah orang yang ber*Cosplay* semakin banyak. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh para *Cosplayer* adalah memperoleh kostum yang sesuai dengan karakter yang ingin mereka perankan. Kostum-kostum *Cosplay* sering kali rumit dan detail, membutuhkan waktu, usaha, dan keterampilan

khusus untuk dibuat. Selain itu, biaya produksi dan bahan-bahan yang diperlukan juga dapat menjadi kendala bagi sebagian *Cosplayer*, terutama bagi mereka yang baru memasuki dunia *Cosplay*. Pada tahun 2004 *Cosplayer* saat itu mengenakan kostum seadanya tapi tetap kreatif menggunakan material melalui pengolahan teknik seadanya. Tetapi dengan kemajuan teknologi saat ini dengan adanya pemanfaatan sosial media maka banyak sekali jasa yang menyediakan kostum-kostum *Cosplay* bagi *Cosplayer* tanpa harus bersusah payah membuat kostum. Klien dapat memesan produk *Cosplay* berdasarkan kebutuhan.

Perkembangan teknologi dan informasi yang mulai berkembang pesat di Indonesia menjadi peluang bisnis bagi pengusaha di Indonesia baik bisnis besar maupun bisnis kecil-kecilan. Saat ini telah banyak pelaku bisnis yang menerapkan digital marketing, dengan adanya berbagai fasilitas yang memberi kemudahan. Digital marketing adalah salah satu bentuk kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Di Era revolusi industri 4.0 society 5.0 yang sedang berjalan saat ini, mendorong semua pihak untuk beradaptasi dengan perkembangan industri yang pesat. Hal ini telah menjadikan penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Perkembangan zaman yang diiringi dengan perkembangan teknologi membuat konsumen semakin dimudahkan. Dalam hal ini dapat kita lihat, penggunaan internet dalam kehidupan sehari – hari menjadi ketergantungan untuk mendapatkan informasi yang di butuhkan. Tidak hanya berdampak pada kehidupan sosial, digitalisasi saat ini juga menyebar ke dunia bisnis. Dampak positif dari penerapan digital marketing sendiri yaitu memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, dan di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk yang diinginkan hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya tanpa perlu keluar rumah. Era tersebut merupakan upaya transformasi dari bisnis yang dijalankan secara konvensional menjadi bisnis yang dijalankan online.

Media sosial merupakan sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan saat ini. Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran online lebih mudah dipelajari daripada pembuatan situs yang memerlukan keahlian khusus. Menurut

Ardiansah dan Maharani (2021) media sosial merupakan sebuah sarana atau wadah digunakan untuk mempermudah interaksi diantara sesama pengguna dan mempunyai sifat komunikasi dua arah, media sosial juga sering digunakan untuk membangun citra diri atau profil seseorang, dan juga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai media pemasaran. Menurut laporan terbaru yang dilansir We Are Social (sebuah agensi digital marketing di Amerika) menyebutkan bahwa 5 besar media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia per Januari 2024 adalah Whatsapp (90,9%), *Instagram* (89,3%), *Facebook* (81,6%), TikTok (73,5%), Telegram (61,3%) dan Twitter (57,5%). Sedangkan menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang telah resmi merilis hasil survei pengguna internet Indonesia 2024 dinyatakan bahwa tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5% dibanding dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4%. Hal ini terjadi khususnya semenjak pandemi Covid-19 pada 2020 dan mencerminkan perilaku masyarakat Indonesia yang semakin mengarah ke gaya hidup digital. Melihat hal ini, dapat kita simpulkan bahwa potensi digital marketing di Indonesia masih sangat besar (Sulaksono, 2020). Keunggulan teknologi informasi berbasis media sosial (medsos) ini semakin memperkuat posisi pebisnis dalam memenangkan persaingan di era industry 4.0. Penguasaan penggunaan medsos dan marketplace sebagai sarana digital marketing tool dapat meningkatkan penjualan (Pradiani 2017). Dalam konteks bisnis, informasi diposisikan sangat penting dan strategis. Hal ini terkait dengan kecepatan penyebaran informasi produk ke pelanggan. Kecepatan ini telah mengubah hampir di seluruh tatanan bisnis. Bisnis konvensional mengharuskan pertemuan dan kontak fisik. Namun bisnis berbasis online (digital) pertemuan tersebut berlangsung di dunia maya. Sehingga model bisnis konvensional yang tidak efisien tersebut mengalami perubahan sebagai bentuk adaptasi perkembangan media informasi saat ini (Asri & Megawati 2018).

Media sosial ini bukan lagi dipakai sebagai alat komunikasi atau interaksi. Jejaring sosial telah bertransformasi menjadi digital marketing tool dan *digital selling*. Penggunaan jejaring sosial sebagai alat promosi penjualan telah terbukti meningkatkan penjualan juga sekaligus meningkatkan kesadaran merek. Dengan adanya fasilitas media sosial maka pelaku usaha perlu membuat rencana strategi yang tepat. Menurut Hariadi (2003) strategi bisnis merupakan rencana strategi yang terjadi pada tingkat divisi dan dimaksudkan bagaimana membangun dan memperkuat posisi bersaing produk dan jasa perusahaan

dalam industri atau pasar tertentu yang dilayani divisi tersebut. Dalam hal ini strategi pengembangan bisnis melalui inovasi dan pengembangan promosi dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan ini. Selain itu, pengembangan promosi yang tepat seperti melalui media sosial juga dapat membantu kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sedangkan pengembangan usaha atau pengembangan bisnis merupakan segala bentuk aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan, produksi, maupun potensi pelayanan perusahaan. Pengembangan usaha juga dapat diartikan sebagai proses untuk memajukan bisnis di suatu titik, di mana sebuah perusahaan bisa menyediakan barang dan jasa ke seluruh pihak yang membutuhkannya. Selain itu, strategi pengembangan usaha juga bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan bisnis, serta mencapai kesuksesan bisnis yang dijalankan. Secara singkat, strategi pengembangan usaha juga bisa diartikan sebagai strategi untuk menata strategi yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan serta perkembangan dalam usaha yang dijalankan.

Banyak strategi yang dapat digunakan dalam mengembangkan usaha atau bisnis. Salah satu strategi yang banyak digunakan oleh pelaku bisnis yaitu dengan menerapkan metode *Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)*. Model pemasaran ini dikenal sebagai salah satu yang paling efektif dan populer digunakan hingga saat ini dan merupakan pendekatan strategis dalam pemasaran modern. Dalam perusahaan *Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP)* sangatlah penting untuk meraih pangsa pasar di tengah pasar yang sangat kompetitif ini. Hal yang pertama kali harus dilakukan yaitu segmentasi pasar atas produk yang dihasilkan. Segmentasi merupakan penentuan pasar sasaran, perusahaan dapat mengidentifikasi kelompok konsumen yang memiliki kebutuhan dan preferensi serupa, sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat dan fokus. Jadi segmentasi dapat dikatakan dengan pasar yang terlalu banyak dan luas dibagi menjadi beberapa kelompok pelanggan berdasarkan keinginan, karakteristik pelanggan dan juga perilaku pelanggan itu sendiri. Dari beberapa kelompok tersebut perusahaan dapat memilih target pasar atau pembeli yang dituju. Proses ini disebut sebagai *Targeting*. Dari pembagian dan target pasar yang diinginkan perusahaan tersebut, perusahaan bisa fokus melayani kebutuhan konsumen atau pembeli yang menjadi targetnya, sehingga perusahaan bisa mencapai posisi yang diinginkan. Proses selanjutnya adalah melakukan *Positioning* yaitu suatu strategi untuk memasuki benak konsumen sehingga bisa membentuk sebuah persepsi

baik tentang produk pada konsumen. Tujuan dari *Positioning* sendiri adalah menciptakan keunikan posisi produk dalam benak persepsi pelanggan potensial yang akan dibidik. Peranan pemasaran sekarang ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa ke tangan konsumen, tetapi bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen secara berkelanjutan. Sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian barang secara berulang. Penyusunan strategi STP yang baik tentu akan memudahkan pelaku usaha dalam menyusun aktivitas pemasarannya.

Adanya persaingan bisnis yang semakin ketat ini, membuat para pelaku bisnis untuk membuat strategi yang bagus dan sesuai dengan sasaran yang dituju. Oleh karena itu pelaku usaha tidak hanya berusaha untuk mendapatkan pelanggan baru, tetapi juga berusaha untuk mempertahankan pelanggan yang diperoleh. Andrecosrent merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang persewaan kostum, kostum yang ditawarkan khusus untuk para *Cosplayer* yang berkarakter anime Jepang. Andrecosrent adalah salah satu persewaan di Kota Malang yang berdiri dan berkembang sejak Juli 2023 hingga saat ini. Andrecosrent terus bertumbuh dengan menambah terus koleksi kostum yang disewakan. Andrecosrent selalu ingin memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik untuk setiap *customersnya*. Pada mulanya Andrecosrent hanya berfokus pada *customers* wanita saja karena karakter anime cenderung lebih kepada wanita yang lebih ekspresif dan totalitas dalam memerankan karakter yang akan ditampilkan. Tetapi saat ini Andrecosrent sudah menyediakan kostum bagi *Cosplayer* laki-laki pula. Untuk mengetahui jenis kostum beserta harga sewa yang ditawarkan pada Andrecosrent dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Daftar Harga Sewa Kostum Andrecosrent

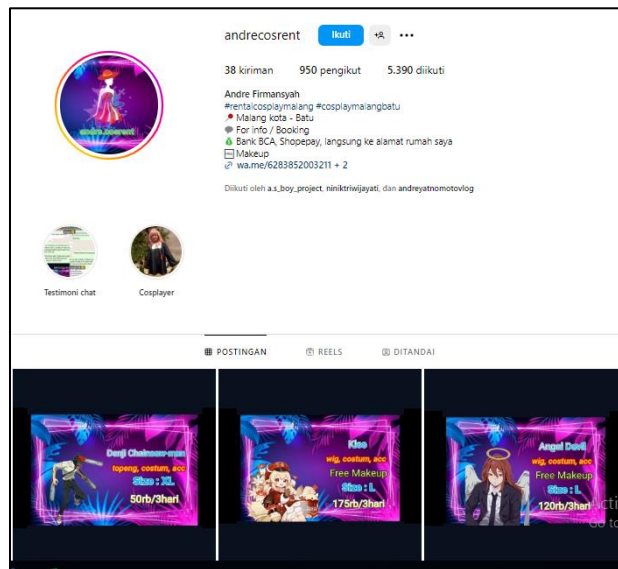
No	Nama Kostum	Harga Sewa Per 3 Hari
1	Anya Forger	Rp 140.000
2	Megumi Kato	Rp 150.000
3	Jabami Yumeko	Rp 120.000
4	Gotou Hitori	Rp 160.000
5	Hoshino Ai	Rp 140.000
6	Hoshino Ruby	Rp 160.000
7	Akane Mizuno	Rp 140.000

8	Akane Kurokawa	Rp 160.000
9	Lino Miko	Rp 140.000
10	Kaguya – sama Love is war	Rp 160.000
11	Chika fujiwara love is war	Rp 160.000
12	Angel Devil Chainsaw-man	Rp 110.000
13	Kana Arima	Rp 160.000
14	Sayu Ogiwara	Rp 175.000
15	Rem Re:Zero	Rp 160.000
16	Chisato	Rp 160.000
17	Takina	Rp 160.000
18	Nakano Nino Season 2	Rp 120.000
19	Ayaka	Rp 140.000
20	Hutao	Rp 175.000
21	Rin Nohara	Rp 110.000
22	Kanao Tsuyuri	Rp 120.000
23	Denji Chainsaw-man	Rp 50.000
24	Maid long	Rp 55.000
25	Saifuku Japanese	Rp 40.000
26	Nahida	Rp 160.000
27	Makima	Rp 120.000
28	Ram Re ; Zero (Coming Soon)	Rp 175.000
29	Gojo Satoru	Rp 70.000
30	Kei Shirogane	Rp 50.000
31	Klee	Rp 155.000
32	Hoshino Aqua (Coming Soon)	Rp 90.000
33	Yoshida Higehiro (Coming Soon)	Rp 65.000

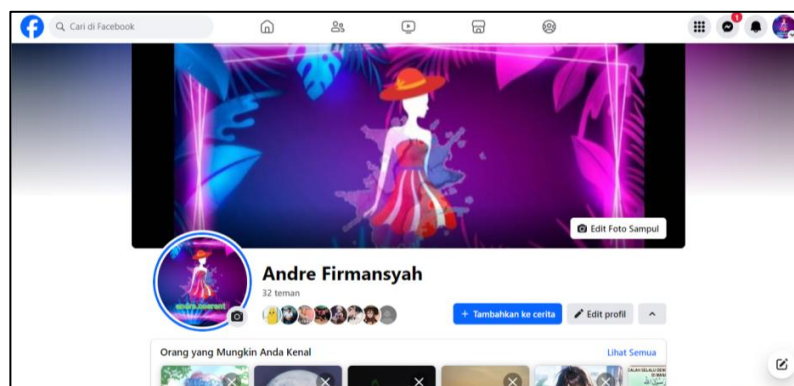
Selain memiliki peran sebagai identitas, makeup juga menjadi penentu bagaimana kebutuhan artistik dalam film menjadi penting ,maka dari itu tidak hanya kostum yang ditawarkan kepada para *customers*, tetapi accessories pendukung masing-masing karakter juga tersedia, dan juga adapula jasa make-up yang ditawarkan oleh Andrecosrent bagi

customers yang ingin lebih menonjolkan karakternya terutama bagi *Cosplayer* wanita. Andrecosrent selalu mengedepankan kualitas dari setiap detail produknya. Itulah salah satu *value* yang selalu menjadi motivasi untuk owner Andrecosrent dalam melayani setiap *customersnya*.

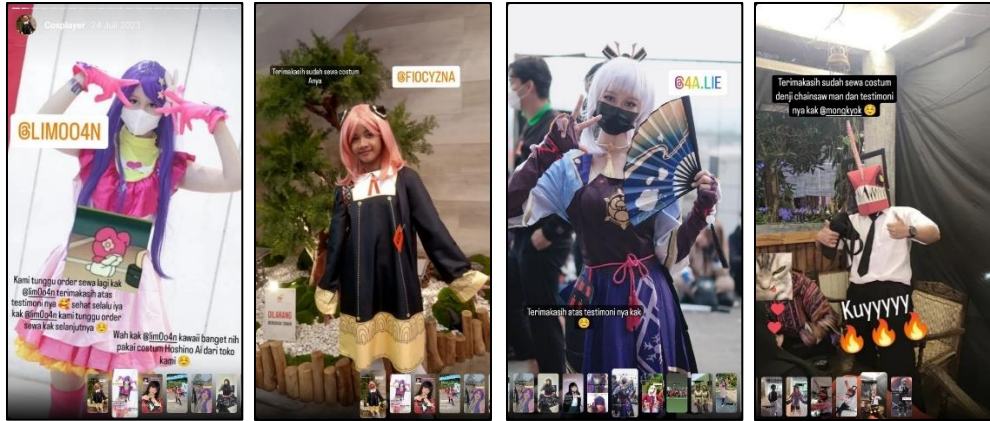
Dengan adanya digital marketing menjadi peluang besar bagi pelaku bisnis untuk memudahkan aktivitas pemasarannya. Kegiatan digital marketing sendiri telah diterapkan oleh Andrecosrent sejak awal berdiri. Hal ini dilakukan karena lebih memudahkan dalam menjangkau target promosi yang lebih luas dan biaya promosi yang lebih efisien. Media yang digunakan dalam memasarkan produknya dengan perkembangan jejaring sosial yaitu *Instagram* dan *Facebook*, sedangkan kegiatan digital marketing pun dilakukan melalui *chat app* seperti *Whatsapp*, dan *Direct Message*. Kostum *Cosplay* didefinisikan sebagai kebutuhan para *Cosplayer* sebagai penunjang kegiatannya dalam acara-acara khusus guna meningkatkan penampilan Andrecosrent menyajikan koleksi kostum *Cosplay* dengan berbagai karakter beserta accessories pendukungnya dan selalu up-to-date dengan karakter anime yang sedang tren saat ini. Andrecosrent menawarkan kostum *Cosplay* berkualitas tinggi namun tetap terjangkau. Dengan menggunakan media sosial *instagram* dan *Facebook* andrecosrent memasarkan beberapa *costum Cosplay* dengan mengupload gambar maupun video singkat, selain itu testimoni dari pelanggan yang pernah menyewa pun juga tidak lupa untuk dibagikan dengan tujuan untuk menarik kepercayaan dari calon pelanggan. Selain itu Andrecosrent juga melakukan live stream di *Instagram* agar pelanggan dapat melihat kualitas serta detail bahan dari koleksi yang dimiliki Andrecosrent. Saat ini followers *Instagram* Andrecosrent sejumlah 949 orang. Sama halnya dengan *Instagram*, *Facebook* juga menjadi media marketing andrecosrent dengan jumlah followers 33. Dibandingkan dengan *Instagram*, followers *Facebook* jauh lebih sedikit karena target sasaran Andrecosrent di *Facebook* merupakan komunitas-komunitas, sedangkan di *Instagram* cenderung adalah akun pribadi. Saat ini Andrecosrent sendiri telah bergabung dengan komunitas *Cosplay* sebanyak 26 komunitas dengan harapan agar para anggota komunitas lebih mudah menemukan channel untuk persewaan kostum *Cosplay*. Berikut merupakan platform digital marketing yang digunakan Andrecosrent dan beberapa kostum yang dikenakan oleh *customers*.



Gambar 1.3
Akun social media *Instagram* @andrecosrent



Gambar 1.4
Akun social media *Facebook* Andrecoarent



Gambar 1.5 Testimoni *customers* AndrecoSrent

Sedangkan untuk mengetahui jumlah data penyewa pada AndrecoSrent selama tahun berjalan, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.2 Data *Customers* AndrecoSrent tahun 2023-2024

No		2023	2024
1	Juli	4	-
2	Agustus	6	-
3	September	5	-
4	Oktober	9	-
5	November	7	-
6	Desember	12	-
7	Januari	-	9
8	February	-	6
9	Maret	-	2
10	April	-	5
11	Mei	-	3
	TOTAL	43	25

Pada tabel di atas terlihat jelas bahwa dalam selama periode 2023 hingga Mei 2024 setidaknya setiap bulan AndrecoSrent memiliki *customers* seiring dengan diadakannya event yang ada di Kota Malang. Dalam menjalankan usaha, pelaku usaha memiliki harapan bahwa bisnis ini dapat berjalan dan berkembang dengan baik serta dapat terus bersaing,

maka perlu lebih fokus dalam melihat pangsa pasar dan pelanggannya. Untuk melanjutkan potensi usaha ini maka di perlukan penyesuaian strategi bisnis (Pakpahan A.K 2020). Strategi sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan yang ada dalam lingkungan usaha dan untuk mempertahankan pangsa pasarnya Assauri, S. (2021). Pelaku usaha harus merancang strategi yang nantinya akan digerakan *customers* dan membangun hubungan yang benar dengan kustomer yang tepat. Pelaku usaha juga harus menyusun strategi yaitu *Segmenting, Targeting dan Positioning (STP)* yang diinginkan dengan tujuan memenangkan persaingan bisnis persewaan terutama didalam kota. Setiap perusahaan atau pelaku usaha selalu menggunakan strategi untuk meningkatkan dan memperluas pasarnya. Untuk memperkuat kegiatan digital marketing di butuhkan strategi kegiatan promosi yang berfungsi untuk memperkenalkan, mengkomunikasikan dan mempengaruhi konsumen. Dengan bantuan digital maka kegiatan digital marketing dan strategi yang digunakan dalam rangka mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Pada Andrecosrent penyusunan STP sebenarnya sudah diterapkan sejak awal dibukanya bisnis ini. Dengan menetapkan segmen pasarnya pada masyarakat Kota Malang dan sekitarnya, Andrecosrent menetapkan harga sewa yang dibilang masih terjangkau karena harga sewa yang ditawarkan merupakan harga sewa per (3) tiga hari, jadi *customers* tidak merasa terbebani dengan waktu jatuh tempo sewanya. Penyusunan STP yang baik tentu saja akan memudahkan pelaku usaha dalam menyusun program aktivitas pemasaran.

Dengan mempertimbangkan tantangan dan peluang yang ada, penelitian ini akan fokus pada pengembangan bisnis dengan menerapkan digital marketing melalui pendekatan *Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP)* pada persewaan kostum *Cosplay* andrecosrent di Kota Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dalam penelitian ini rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* pada persewaan kostum *Cosplay* andrecosrent di Kota Malang?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh Andrecosrent dalam upaya pengembangan bisnis?
3. Bagaimana penerapan digital marketing sebagai sarana pengembangan bisnis persewaan kostum *Cosplay* andrecosrent di Kota Malang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis penerapan *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* pada persewaan kostum *Cosplay* andrecosrent di Kota Malang.
2. Untuk menganalisis strategi yang diterapkan Andrecosrent dalam mengembangkan bisnisnya.
3. Untuk menganalisis penerapan digital marketing pada persewaan kostum *Cosplay* andrecosrent di Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberi manfaat sebagai bahan acuan dan bahan pustaka bagi pihak-pihak yang mengadakan penelitian lanjutan untuk masalah yang sama.
 - b. Memberikan informasi akan efektifitas penerapan digital marketing sebagai sarana pengembangan usaha di era modern.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberikan suatu solusi dengan merancang, memberikan report, dan mengimplementasikan hasil analisis strategi digital marketing dengan pendekatan *segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* yang digunakan pelaku usaha dalam membantu penjualan jasa persewaan.
- b. Mempermudah gambaran untuk para pelaku usaha rental kostum dan accessories untuk menyewakan atau menjual produknya.
- c. Mampu memberikan manfaat berupa ilmu pengetahuan baru tentang strategi digital marketing dengan pendekatan *segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* pada usaha persewaan kostum