

**PENERAPAN STRATEGI *SEGMENTING, TARGETING, DAN
POSITIONING* PADA THE PARK MALL SOLO BARU**

(Studi Pada The Park Mall Solo Baru)

TUGAS AKHIR



Dimaksudkan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Meraih Gelar Ahli Madya Program Studi D3-Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SebelasMaret Surakarta

Oleh:

SARASWATI PUTRI

F3212064

PROGRAM STUDI D3-MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

ABSTRACT**STRATEGY IMPLEMENTATION SEGMENTING, TARGETING
AND POSITIONING IN THE PARK MALL SOLO BARU.**

(Study of strategy implementation segmenting, targeting and positioning The Park Mall Solo Baru to increasing customer of The Park Mall Solo Baru)

SARASWATI PUTRI

F3212064

The primary purpose of this study is to determine the strategy of segmenting, targeting and positioning that are implemented in The Park Mall Solo Baru to increasing customer in order to compete against the others competitor.

This study used descriptive method. Techniques of collecting data in this study are interviews, observation, and literature. Data for this study obtained from primary data and secondary data.

The result of the study shows that the segmentation of The Park Mall customers' is the middle-high class who have a good response to branded products and classy cafes and restaurants. The targeting of The Park Mall Solo Baru focused on middle-high customers. These factor caused by the increase of economics income in Solo City. Positioning strategy in The Park Mall Solo Baru is identifying several steps of its advantages. The value of the advantages of The Park Mall Solo is it has branded products, modern and luxurious facilities. Besides that, The Park Mall Solo Baru also has a parking area wider than the other competitors.

Based on the results of the study, conclusion and suggestion are : (1) demographic of segmentation variables in The Park Mall Solo Baru are above average income, middle-high social class; (2) In order to maintain the existing positioning, The Park Mall Solo Baru should be more actively to promote the advantages possessed to increase the number of customers.

Keywords : Segmenting, Targeting, Positioning.

ABSTRAK**PENERAPAN STRATEGI *SEGMENTING*, *TARGETING*, DAN *POSITIONING* PADA THE PARK MALL SOLO BARU**

(Studi Strategi *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* Pada The Park mall Solo Baru dalam Meningkatkan konsumen The Park mall Solo Baru)

SARASWATI PUTRI

F3212064

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* yang diterapkan pada The Park mall Solo Baru dalam meningkatkan konsumen agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya yang lebih dulu berdiri.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penulisan ini melalui wawancara, observasi, studi pustaka. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, segmentasi The Park mall adalah para konsumen kelas menengah keatas yang memiliki respon dengan produk *branded* dan cafe serta restoran berkelas. Sasaran atau target yang difokuskan The Park mall merupakan segmen dengan kelas menengah keatas. Faktor tersebut dikarenakan perekonomian di kota Solo semakin meningkat. Strategi *positioning* yang dilakukan melalui langkah pengidentifikasian keunggulan yang dimiliki. Adapun nilai keunggulan dari The Park mall adalah memiliki produk-produk *branded* dan fasilitas *modern* dan mewah, selain itu The Park mall juga memiliki area parker luas yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain.

Kesimpulan dan saran dari penelitian ini adalah (1) Variabel segmentasi demografis The Park mall Solo baru, penghasilan diatas rata-rata, kelas social menengah keatas (2) Untuk mempertahankan *positioning* yang ada, The Park mall hendaknya lebih aktif lagi memasarkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki.

Kata Kunci :*Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning*

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul :

PENERAPAN STRATEGI *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING* PADA THE PARK MALL SOLO BARU

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan guna mencapai derajat Ahli Madya Program Studi D-III Manajemen Pemasaran.

Surakarta, April 2015

Disetujui dan diterima oleh



Dra. Ig. Sri Seventi, Msi

NIP. 19550731 198203 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul:

“PENERAPAN STRATEGI *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING* PADA THE PARK MALL SOLO BARU”

Diajukan Oleh:

SARASWATI PUTRI

F3212064

Telah ditangguhkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, Agustus 2015

Susunan Tim Penguji Tugas Akhir

1. Haryanto. S.E.,M.si.
NIP.197403092006041001



(.....)

Penguji

2. Dra. I. Sri Seventi P, M.si
NIP. 195507311982032001



(.....)

Pembimbing

SURAT PERNYATAAN TUGAS AKHIR (TA)

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret :

Nama : Saraswati Putri
NIM. : F3212064
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul Tugas akhir : PENERAPAN STRATEGI *SEGMENTING*,
TARGETING DAN *POSITIONING* PADA THE PARK
MALL SOLO BARU

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir Yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/ saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijasah dan penjabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Surakarta, 03 Agustus 2015

Mahasiswa



Saraswati Putri
NIM. F3212064

MOTTO

Jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir.

(surah Yusuf: 87)

Tidak ada kesuksesan yang instan, bahkan membuat mie instan pun harus merebus air terlebih dahulu.

(Unknown)

Kesuksesan sejati di alami dengan kesulitan terlebih dahulu, maka terus bersabar dan berdoa.

(Alm. Bapak Sugiyo)

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Alm Bapak tercinta yang telah memberikan ku semangat untuk terus menuntut ilmu setinggi-tingginya. Sosok yang selalu ingin membahagiakan ku, yang selalu ingin menuruti keinginanku dan selalu menjagaku hingga akhir hayatnya.
2. Mama tercinta yang tak henti-hentinya mendoakan dan memberikan kasih sayang yang tulus. Sosok mama yang paling sabar menghadapi sifat manja anaknya ini.
3. Abang-abangku tersayang Eko Margianto, S.E. dan Sunandar, S.H. yang selalu memberikan keceriaan dalam hidupku dan selalu memberikan yang terbaik.
4. Ahmad Zulfikar yang tidak hanya menjadi kekasihku tetapi juga sahabat terbaikku dan kakakku yang selalu menjaga, menemaniku, mendengarkan keluh kesahku, membahagiakan ku dan sabar membimbingku.
5. Teman-teman yang sudah membantuku yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“PENERAPAN STRATEGI STRATEGI *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING* PADA THE PARK MALL SOLO BARU”**.

Penyelesaian Tugas Akhir ini mengalami berbagai hambatan dan kesulitan. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak, akhir kesulitan yang ada dapat teratasi. Untuk itu, atas segala bentuk bantuannya kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Hunik Sri Runing Sawitru, M.si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta
2. Drs. Muhammad Amien Gunadi M.P. selaku ketua jurusan Manajemen Pemasaran.
3. Dra. I. Sri Seventi P, M.si. selaku Pembimbing dalam penulisan Tugas Akhir ini, yang telah meluangkan waktu dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.
4. Haryanto, S.E., M.si. selaku Penguji dalam penyelesain Tugas Akhir ini, yang telah meluangkan waktu dalam penulisan Tugas Akhir ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran yang telah berkenan memberikan ilmu dan pengetahuannya, dan seluruh birokrasi kampus yang telah membantu.

6. Keluarga tercinta, Bapak, Ibu, Kakak, dan Keluarga Besar yang telah memberikan dukungan moral maupun material.
7. Seluruh Karyawan Manajemen The Park Mall Solo Baru.
8. Rekan-rekan dan Teman-teman yang telah memberikan semangat penuh atas keberadaan saya dari awal menempuh perkuliahan sampai pembuatan Tugas akhir ini.
9. Serta seluruh Dosen dan Rekan-rekan mahasiswa Diploma III Manajemen Pemasaran A angkatan 2012.

Semoga kiranya segala dari berbagai tersebut mendapat imbalan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa, kami menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih banyak kekurangan, untuk itu kami mengharapkan saran, kritik dan masukan yang membangun untuk kesempurnaan laporan ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun pembaca pada umumnya.

Sukarakarta, 30 Februari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Metodologi Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
II.1 Pemasaran	8
II.2 Strategi Pemasaran	9
II.3 <i>Segmenting</i> (Segmentasi Pasar)	10
II.4 <i>Targeting</i> (Target Pasar)	16
II.5 <i>Positioning</i> (Posisi Pasar)	19
II.6 Kerangka Pemikiran.....	22

BAB III PEMBAHASAN

III.1. Gambaran Umum Perusahaan	24
1. Identitas Perusahaan	24
2. Sejarah Perusahaan	24
3. Struktur Organisasi	25
III.2. Laporan Magang Kerja	35
1. Pengertian Magang Kerja	35
2. Tujuan Magang Kerja	35
3. Pelaksanaan Magang Kerja	36
III.3. Pembahasan	41
1. <i>Segmenting</i> (Segmentasi Pasar) pada The Park mall Solo Baru.....	41
2. <i>Targeting</i> (Target Pasar) pada The Park mall Solo Baru.....	47
3. <i>Positioning</i> (Posisi Pasar)	49
BAB IV PENUTUP	
IV.1. Kesimpulan	57
IV.2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3.1 Struktur Organisasi The Park mall Solo Baru.....	27
Gambar 3.2 Kawasan Bisnis Solo Baru.....	42
Gambar 3.3 Pengunjung The Park mall Solo Baru.....	45
Gambar 3.4 Pengunjung The Park mall Solo Baru.....	46
Gambar 3.5 Diagram Segmentasi The Park mall Solo Baru.....	47
Gambar 3.6 <i>Tenant</i> Metro Departement Store.....	49
Gambar 3.7 <i>Tenant</i> ESPRIT.....	50
Gambar 3.8 <i>Tenant</i> Liberica.....	50
Gambar 3.9 <i>Tenant</i> Imperial Kitchen & Dimsum.....	51
Gambar 3.10 Tombol <i>lift touchscreen</i>	52
Gambar 3.11 Toilet Wanita The Park mall Solo Baru.....	53
Gambar 3.12 <i>Central Park</i> The Park mall Solo Baru.....	54
Gambar 3.13 <i>Central Park</i> The Park mall Solo Baru.....	54
Gambar 3.14 Area Parkir The Park mall Solo Baru.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pendapatan pengunjung The Park mall Solo Baru bulan Juli 2015 . 43

