

**ANALISIS PENERAPAN *SEGMENTING, TARGETING,*
DAN *POSITIONING* DALAM KESUKSESAN USAHA PADA BISNIS
FRANCHISE POCONG PANCONG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



DISUSUN OLEH :

Mumtaza Rifda Maulldiyah

NPM. 20042010054

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS PENERAPAN *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING* DALAM KESUKSESAN USAHA PADA BISNIS *FRANCHISE* POCONG PANCONG

Disusun Oleh :

Mumtaza Rifda Maulidiyah

NPM. 20042010054

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING



Dra. Ety Dwi Susanti M.Si

NIP. 196805011994032001

Mengetahui,

DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NPT. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENERAPAN *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING* DALAM KESUKSESAN USAHA PADA BISNIS *FRANCHISE POCONG PANCONG*

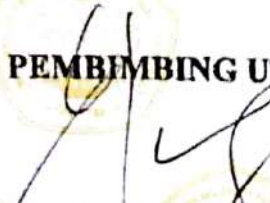
Disusun Oleh :

Mumtaza Rifda Maulidiyah
NPM. 20042010054

Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 28 Maret 2024.


Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

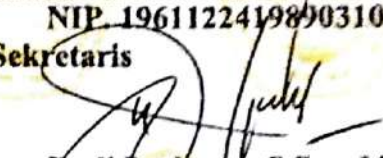

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

TIM PENGUJI

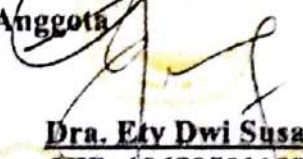
1. Ketua


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si
NIP. 196112241989031007

2. Sekretaris




Budi Prabowo, S.Sos. MM
NIP. 196210161988031001

3. Anggota


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NPT. 196804182021211006

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini yang berjudul "Analisis Penerapan *Segmenting, Targeting, dan Positioning* dalam kesuksesan usaha pada bisnis *franchise* Pocong Pancong". Proposal Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Strata-1 program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Meskipun penulis menghadapi berbagai kendala, namun bersyukur bahwa penyusunan tugas akhir ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Ety Dwi Susanti M.Si selaku dosen pembimbing, yang bersedia meluangkan waktu dan memberi banyak pengarahan, bimbingan, dan motivasi dalam penyusunan proposal skripsi. Penulis juga menerima banyak masukan dan bantuan moril, spiritual, dan materil dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

3. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua Orang Tua, Ayah Ali Mahfud dan Ibu Nur Saidah Hanim, serta saudara-saudara penulis M. Najikh Ibadillah dan Nida Salsabila yang turut membantu dan memberikan dukungan baik moral, spiritual, material dan doa.
5. Semua teman dekat penulis terkhusus Via, Fanza, Fadila, Feli dan Sichan yang turut membantu dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini tepat waktu.
6. Seluruh rekan – rekan Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dalam penyusunan kalimat maupun tata bahasa. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis menerima kritik dan saran agar dapat memperbaiki kesalahan yang terdapat dalam penyusunan proposal akhir ini. Penulis berharap agar tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan menjadi referensi bagi penelitian di masa depan yang memiliki kesamaan topik dan permasalahan yang diteliti.

Surabaya, 06 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 <i>Segmenting</i>	14
2.2.2 <i>Targetting</i>	20
2.2.3 <i>Positioning</i>	25
2.2.4 <i>Franchise</i>	29
2.3 Kerangka berpikir.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34

3.2 Lokasi Penelitian	34
3.3 Sumber Data	35
3.4 Subjek Penelitian	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Analisis Data	37
3.7 Uji Keabsahan Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Perusahaan	40
4.1.2 Logo	44
4.1.3 Struktur Organisasi	44
4.1.4 Produk Franchise Pocong Pancong	44
4.2 Penyajian dan Analisis Data	46
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.4 Matriks Penelitian Terdahulu	62
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Potensi <i>Franchise</i> (Waralaba).....	2
Gambar 1.2	Data Konsumen Makanan Ringan per 2021	3
Gambar 1.3	Jumlah Pengikut Akun Media Sosial Pocong Pancong Per 25 September 2023	7
Gambar 1.4	Diagram Omset <i>Franchise</i> Pancong Pancong	7
Gambar 2.5	Pola Segmentasi Pasar	17
Gambar 2.6	Kerangka Berpikir	32
Gambar 4.1	Logo <i>Franchise</i> Pocong Pancong	44
Gambar 4.2	Struktur Organisasi <i>Franchise</i> Pocong Pancong	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pesebaran Outlet Pocong Pancong Per 25 September 2023	
Tabel 1.2	Data Omset dan Perkembangan <i>Franchise</i> Pocong Pancong Per 25 September 2023	7
Tabel 4.1	Daftar Harga Paket Usaha <i>Franchise</i> Pocong Pancong	45
Tabel 4.2	Karakteristik Informan	46
Tabel 4.3	Analisa Hasil Penelitian	53
Tabel 4.4	Matriks Penelitian Terdahulu	62

ABSTRAK

Mumtaza Rifda Maulidiyah, 20042010054, Analisis Penerapan Segmenting, Targeting dan Positioning Dalam Kesuksesan Usaha Pada Bisnis Franchise Pocong Pancong

Salah satu faktor yang menjadi kunci dalam kesuksesan suatu usaha dalam berbisnis tentu disebabkan oleh hasil persaingan pasar yang sangat ketat. Adanya persaingan tersebut membuat setiap pelaku bisnis harus memutar otak guna mempertahankan bisnis yang sedang dijalaninya dengan menerapkan beberapa strategi seperti *Segmenting*, *Targetting* dan *Positioning*, yang mana strategi tersebut telah diterapkan oleh *franchise* Pocong Pancong hingga saat ini masih dapat bertahan di tengah persaingan bisnis sejenis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Segmenting Targetting*, dan *Positioning* yang telah diterapkan oleh *franchise* Pocong Pancong menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis dan sumber data yang digunakan mencakup data primer dan data sekunder, yang menghasilkan segmen pasar pada bisnis ini menggunakan semua segmen pasar dengan fokus pada *segmentasi behavioristik*. Adapun target yang dipilih adalah menggunakan pola penetapan spesialisasi produk (*product specialization*) dan menggunakan strategi penetapan pada ceruk pasar (*niche market strategy*). Dalam memposisikan produk, *franchise* Pocong Pancong melakukan positining produk berdasarkan harga dan kualitas dimana harga yang ditawarkan lebih tinggi namun memiliki kualitas yang unggul dibandingkan dengan kompetitor sejenis. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwasannya strategi *Segmenting*, *Targetting* dan *Positioning* yang telah diterapkan oleh *franchise* Pocong Pancong dalam mencapai kesuksesan usahanya perlu dipertahankan.

Kata Kunci : Segmen pasar, Target pasar, Posisi produk, Strategi

ABSTRACT

Mumtaza Rifda Maulidiyah, 20042010054, *Analysis of the Application of Segmenting, Targeting and Positioning in Business Success in the Pocong Pancong Franchise Business*

One major factor that contributes to a business enterprise's success is often the result of really poor market performance. Due to this persaingan, every business owner must take action to strengthen the business that is currently being conducted by implementing a few strategies such as segmentation, targeting, and positioning. These strategies were implemented by the Pocong Pancong franchise, and as of right now, they can be applied to most types of business persaingan. The purpose of this study is to analyze the Segmenting, Targeting, and Positioning that have been carried out by the Pocong Pancong franchise using a deskriptif qualitative research method with data collection by observation, interviews, and documentation. The types and summaries of data that are used combine primary and secondary data, resulting in a profit margin in this business that focuses on behavioral segmentation. The objective that is being pursued is to use product specialization as a means of product development and market segmentation as a means of product development strategy. When positioning products, Pocong Pancong franchises do so based on price and quality, where products with higher quality than their category competitors are offered at a higher price. Due to this, the strategies of segmentation, targeting, and positioning that the Pocong Pancong franchise has implemented in order to achieve the necessary success can be emphasized.

Keywords : *Segmenting, Targeting, Positioning, Strategy*