

OPTIMALISASI STRATEGI *SEGMENTATION, TARGETING AND POSITIONING* DALAM MEINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PADA *FRANCHISE* TEH POCI

SKRIPSI



BELLA MEGA RISWANTI

NPM. 20042010006

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

2024


LEMBAR PERSETUJUAN
OPTIMALISASI STRATEGI *SEGMENTATION, TARGETING AND*
***POSTIONING* DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN**
BERSAING PADA *FRANCHISE* TEH POCI

Disusun Oleh :

Bella Mega Riswanti
NPM. 20042010006

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING


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

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NPT. 368049400281

LEMBAR PENGESAHAN

OPTIMALISASI STRATEGI *SEGMENTATION, TARGETING AND POSTIONING* DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PADA FRANCHISE TEH POCI

Disusun Oleh :

BELLA MEGA RISWANTI
NPM. 20042010006

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Polittk
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 15 Mei 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



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

TIM PENGUJI

1. Ketua



Indah Respati Kusumasari, S.Sos,Msi
NIP.198604172020122007

2. Sekretaris



Dr. Acep Samsudin, S.Sos,MM.MA

NPT. 21119771204337

3. Anggota



Dr. Ir Rusdi Hidayat Nugroho ST.M.Si

NIP.196112241989031007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bella Mega Riswanti
NIM : 20042010006
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Administrasi Bisnis
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi :

OPTIMALISASI STRATEGI *SEGMENTATION, TARGETING AND POSITIONING* DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PADA *FRANCHISE* TEH POCI

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN “Veteran” Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 15 Mei 2024

Yang Menyatakan



(Bella Mega Riswanti)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat dan keberkahan Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT dengan segala petunjuk dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Optimalisasi Strategi *Segmentation, Targeting and Positioning* Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada *Franchise* Teh Poci”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Strata-1 program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Ir Rusdi Hidayat Nugroho ST.M.Si selaku dosen pembimbing utama yang bersedia meluangkan waktu dan memberi banyak pengarahan, bimbingan, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi. Penulis juga menerima banyak masukan dan bantuan moril, spiritual, dan materil dari berbagai pihak oleh karenanya 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 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur” yang telah membekali ilmu dan jasa.

4. Kedua Orang Tua Bapak Hari Purwanto dan Ibu Irene Ristanti, keluarga, dan sahabat saya yang selalu mendoakan, memberikan *support* terbaik dan juga semangat pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman Administrasi Bisnis yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang saling memberikan dukungan satu sama lain sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi sumber pengetahuan dan referensi serta bermanfaat bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Strategi	14
2.2.2 Segmentation	22
2.2.3 Targeting	24
2.2.4 Positioning	29
2.2.5 Keunggulan Bersaing	32
2.3 Kerangka Berpikir.....	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Fokus Penelitian	40
3.3 Definisi Koseptual	40
3.4 Lokasi Penelitian	41
3.5 Objek Penelitian	41
3.6 Teknik Penentuan Informan	42
3.7 Teknik Pengumpulan Data	42
3.7.1. In-depth Interview.....	42
3.7.2. Observasi	43
3.7.3. Dokumentasi	43
3.8 Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Profil Perusahaan.....	51
4.1.2 Logo Perusahaan	53
4.1.3 Visi dan Misi Teh Poci.....	54
4.2 Penyajian Data	55
4.3 Pembahasan <i>Segmentation, Targeting and Positioning</i>	62
4.4 Analisis Porter (<i>Five Force</i>)	72
4.5 Kendala dan solusi pada <i>segmentation, targeting and positioning</i> dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada <i>Franchise</i> teh poci	79
4.6 Kendala yang dihadapi saat wawancara	82

BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Teh Poci	53
Gambar 4.2 <i>Hipotetikal Perceptual Map</i> untuk Produk Minuman.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kisi – kisi instrumen penelitian optimalisasi strategi STP pada <i>Franchise</i> teh poci.....	56
--	----

ABSTRAK

BELLA MEGA RISWANTI, 20042010006, OPTIMALISASI STRATEGI SEGMENTATION, TARGETING AND POSITIONING DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PADA *FRANCHISE* TEH POCI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis terkait optimalisasi strategi *segmentation, targeting and positioning* dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada *Franchise* Teh Poci. Objek dalam penelitian ini adalah *Franchise* Teh Poci yang ada di Surabaya Timur. Dalam mengumpulkan data pada penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Proses analisis data dalam penelitian ini adalah *Porter Five Force* atau lima kekuatan porter. Berdasarkan hasil penelitian ini yang didapatkan adalah (1) Segmentasi geografis, dalam pemasarannya, produk yang ditawarkan menyebar di wilayah Surabaya Timur sebagai wilayah yang potensial dalam membidik target pasar yaitu mahasiswa (2) Teh Poci memposisikan diri dibandingkan pesaing lainnya yaitu dalam hal kualitas rasa dan harga yang terjangkau. (3) Adanya beberapa *Franchise* teh poci yang dominan di sekitar kampus UPN Veteran Jawa Timur dapat menunjukkan bahwa *Franchise* teh poci masih unggul dari beberapa kompetitor yang ada.

Kata Kunci : *Franchise* Teh Poci, Segmentasi, Targeting dan Positioning

ABSTRACT

BELLA MEGA RISWANTI, 20042010006, OPTIMIZATION OF SEGMENTATION, TARGETING AND POSITIONING STRATEGIES IN INCREASING COMPETITIVE ADVANTAGE IN THE TEAPOT FRANCHISE.

This study aims to determine and analyze the optimization of segmentation, targeting and positioning strategies in increasing competitive advantage in the Teapot Tea Franchise. The object of this research is the Teapot Tea Franchise in East Surabaya. In collecting data in this study, a descriptive qualitative approach was used. The data analysis process in this study is Porter Five Force. Based on the results of this study, what is obtained is (1) Geographic segmentation, in its marketing, the products offered spread in the East Surabaya area as a potential area in targeting the target market, namely students (2) Teh Poci positions itself compared to other competitors, namely in terms of taste quality and affordable prices. (3) The existence of several dominant Teapot Franchises around the UPN Veteran East Java campus can show that the Teapot Franchise is still superior to several existing competitors.

Keywords: *Teapot Tea Franchise, Segmentation. Targeting and Positioning*