

ANALISIS *SEGMENTATION, TARGETING, DAN POSITIONING* (STP)

DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

PADA IMBA COFFEE SURABAYA

SKRIPSI



Oleh :

DHIMAS FEBRYANT NURSETYO

NPM. 21042010241

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2025

ANALISIS SEGMENTATION, TARGETING, DAN POSITIONING (STP)

**DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
PADA IMBA COFFEE SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

DHIMAS FEBRYANT NURSETYO

NPM. 21042010241

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING (STP) DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA IMBA COFFEE**

SURABAYA

Disusun Oleh

DHIMAS FEBRYANT NURSETYO
NPM. 21042010241

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**Analisis *Segmentation, Targeting, dan Positioning* (STP)
dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada
Imba Coffee Surabaya**

Disusun Oleh :

**Dhimas Febryant Nursetyo
NPM : 21042010241**

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 18 Juli 2025**

Menyetujui

DOSEN PEMBIMBING

TIM PENGUJI

1. Ketua

**Dr. Jojok Dwiridotjahiono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004**

**Dr. Nurhadi., M.Si
NIP. 196902011994031001**

2. Sekretaris

**Indah Respati K., S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007**

3. Anggota

**Dr. Jojok Dwiridotjahiono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004**

Menyetujui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK

**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dhimas Febryant Nursetyo
NPM : 21042010241
Program : Sarjana (S1)/ Magister (S2) / Doktor (S3)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 18 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Nama Dhimas Febryant Nursetyo
NPM. 21042010241

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas limpahan karunia dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “**Analisis *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP) dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Imba Coffee Surabaya.**” Proposal ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur. Meskipun dalam penulisan proposal ini penulis menghadapi banyak kendala namun penulis bersyukur karena penyusunan proposal ini dapat selesai sesuai dengan waktu yang diinginkan.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Jajok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing utama yang bersedia memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan kepada penulis selama proses penulisan proposal ini. Dukungan yang tulus serta motivasi beliau menjadi inspirasi penulis dalam menyelesaikan tahapan proposal ini. Selain itu, penulis juga banyak mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah berkontribusi dalam memberikan masukan serta bantuan moral, spiritual, dan material dari berbagai pihak. Pihak-pihak tersebut, diantaranya :

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

3. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan wawasan secara teoritis ataupun praktis selama masa perkuliahan.
4. Bapak Dwi selaku owner dari Imba Coffee Surabaya yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian pada coffee beliau dan memberikan informasi terkait yang diperlukan oleh penulis
5. Semua teman dekat yang sudah memberikan semangat dan membantu penulis dikala adanya masa sulit dalam penyusunan proposal ini
6. Teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2021 yang sama sama mendukung dalam penyusunan tugas akhir ini. Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi akademisi, praktisi bisnis, serta pihak-pihak yang tertarik dalam bidang pemasaran, khususnya dalam penerapan strategi *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP) untuk meningkatkan volume penjualan dalam industri kopi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan kompetitif.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini masih terdapat kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang.

Surabaya, 07 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Segmentation.....	13
2.2.2 Targeting.....	19
2.2.3 Positioning	24
2.2.4 Volume Penjualan.....	30
2.3 Kerangka berpikir.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Fokus Penelitian	36
3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian	37
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	37
3.3.2 Jadwal Penelitian.....	37

3.4	Objek dan Informan Penelitian	38
3.4.1	Objek Penelitian	38
3.4.2	Informan Penelitian	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6	Jenis dan Sumber Data	41
3.6.1	Jenis Data	41
3.6.2	Sumber Data	41
3.7	Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1.	Hasil	44
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.2.	Penyajian Data	49
4.2.	Pembahasan	52
4.2.1.	Deskripsi Hasil Wawancara	52
4.2.2.	Hasil Penerapan <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan Imba Coffee Surabaya	87
BAB V PENUTUP		88
5.1.	Kesimpulan	88
5.2.	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Produk Imba Coffee Surabaya Desember - Februari	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 4. 1 Imba Coffee Surabaya	45
Gambar 4. 2 Logo Imba Coffee Surabaya	46
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi.....	47
Gambar 4. 4 Karakteristik Informan	52
Gambar 4. 5 Data setelah adanya penerapan STP.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rincian Jadwal Penelitian	38
--	----

ABSTRAK

Dhimas Febryant Nursetyo, 21042010241, Analisis *Segmentation, Targeting, dan Positioning* (STP) dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Imba Coffe Surabaya

Segmentasi pasar, penentuan target pasar, dan penentuan posisi pasar adalah aspek fundamental dari strategi pemasaran yang harus dipertimbangkan oleh setiap pemilik bisnis. Segmentasi mengidentifikasi pasar mana yang berpotensi menjadi target pasar, sehingga dapat meningkatkan bisnis. Penentuan target melibatkan penentuan target pasar melalui evaluasi dan pengembangan berdasarkan segmentasi yang telah diidentifikasi. Positioning mengacu pada persepsi atau citra yang diciptakan perusahaan untuk pelanggan mengenai produk atau layanan yang disediakan. Imba Coffee Surabaya merupakan salah satu kedai kopi di Surabaya yang menerapkan segmentasi, targeting, dan positioning dalam pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana Imba Coffee menerapkan STP dengan menganalisis efektivitas penerapan STP dalam meningkatkan penjualan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini juga menekankan pada pemahaman peneliti mengenai bagaimana strategi pemasaran berdasarkan penerapan STP di Imba Coffee dirancang dan diimplementasikan untuk meningkatkan penjualan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif

Kata kunci : Segmentasi Pasar, Penentuan Target, Posisi Pasar, Volume Penjualan

ABSTRACT

Dhimas Febryant Nursetyo, 21042010241, Analysis of *Segmentation, Targeting, and Positioning* (STP) in Increasin Sales Volume at Imba Coffee Surabaya

Market segmentation, target market determination, and market positioning are fundamental aspects of marketing strategy that every business owner must consider. Segmentation identifies which markets have the potential to become target markets, thereby enhancing the business. Targeting involves determining the target market through evaluation and development based on the segmentation that has been identified. Positioning refers to the perception or image that a company creates for customers regarding the products or services it provides. Imba Coffee Surabaya is one of the coffee shops in Surabaya that applies segmentation, targeting, and positioning in its marketing. This study aims to observe how Imba Coffee applies STP by analyzing the effectiveness of STP implementation in increasing sales. The type of research used is descriptive research with a qualitative approach. This study also emphasizes the researcher's understanding of how marketing strategies based on the application of STP at Imba Coffee are designed and implemented to increase sales. The type of research used is descriptive research with a qualitative approach

Keywords : Segmentation, Targeting, Positioning, Sales Volume