

**STRATEGI *SEGMENTATION, TARGETING,*
POSITIONING PADA PT. SOKA CIPTA NIAGA**

Disusun Oleh:

Dien Gita Lestari

E1190013

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Ahli Madya

Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis

Kosentrasi Manajemen Bisnis



**IKOPIN
UNIVERSITY**

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJAMEN BISNIS

FALKUTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

2022

LEMBAR PENGESAHAN TA

Judul : STRATEGI *SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING* PADA PT. SOKA CIPTA NIAGA

Nama : Dien Gita Lestari

NRP : E1190013

Program Studi : Diploma III Manajemen Bisnis

Kosentrasi : Manajemen Bisnis

Falkutas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



H. Nurhayat Indra, Ir, M.Sc

Dekan Falkutas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Diploma III



Dr. Heri Nugraha.,SE.M.Si

H. Dindin Burhanudin, SE, M.Sc

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kuningan pada tanggal 20 Januari 2001 dengan nama lengkap Dien Gita Lestari merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Ade Kustandi dan Ibu Ecih Kusnaesih, yang beralamat di Ds. Babakanmulya RT06/RW02 Kec. Jalaksana Kab. Kuningan Jawa Barat.



Lulus dari Sekolah Dasar Negeri 1 Babakanmulya pada tahun 2013.

Lulus dari Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Jalaksana pada tahun 2016. Lulus dari Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Jalaksana pada tahun 2019. Dilanjutkan pada tahun 2019 penulis mencatatkan diri sebagai mahasiswa IKOPIN University Jatinangor Sumedang.

Pada tahun 2019 penulis mencantatkan diri sebagai anggota divisi Human Resource Departement Himpunan Mahasiswa Diploma III. Pada tahun 2020 penulis mencatatkan diri sebagai Bendahara Himpunan Mahasiswa Diploma III.



ABSTRACT

Dien Gita Lestari. Segmentation, Targeting, Positioning Strategies at PT. Soka Cipta Niaga. Under Guidance Ms. H.Nurhayat Indra

Professional placement is carried out by student with the purpose of gaining knowledge and experience also train student to prepare the real world. In addition, professional placement is also one of requirement for complete the Diploma III Business Management at IKOPIN University.

Purpose of the final project is to find out how the application segmentation, targeting, positioning strategies at PT. Soka Cipta Niaga that examine about: a). Segmentation Strategy used by PT. Soka Cipta Niaga. b). Targeting Strategy aimed by PT. Soka Cipta Niaga. c). Positioning set by PT. Soka Cipta Niaga.

The results of the study show that with the establishment of a targeted marketing strategy will be able to help companies deliver products to consumers in accordance with their desires and needs, one of which is by implementing a segmentation, targeting, positioning strategy.

The method used in compiling this Final Project is descriptive method. To obtain accurate and relevant data as the basis for the preparation of the Final Project report. The outhter collects data by using interview, observation and documentation techniques.

Keywords: Segmentation, Targeting, Positioning

RINGKASAN

Dien Gita Lestari. Strategi *Segmentation, Targeting, Positioning* Pada PT. Soka Cipta Niaga Bandung. Dibawah bimbingan Bapak H.Nurhayat Indra

Pratik kerja ini dilaksanakan oleh mahasiswa dengan tujuan menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman sekaligus melatih mahasiswa untuk mempersiapkan diri untuk menghadapi dunia pekerjaan yang sesungguhnya. Selain itu juga pelaksanaan praktik kerja ini juga menjadi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III Manajemen Bisnis di IKOPIN University.

Tujuan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *segmentation, targeting, positioning* pada PT. Soka Cipta Niaga yang membahas tentang: a). *Segmentation Strategy* (Strategi Segmentasi) yang digunakan oleh PT. Soka Cipta Niaga. b). *Targeting Strategy* (Strategi Target) yang dituju oleh PT. Soka Cipta Niaga. c). *Positioning Strategy* (Strategi Posisi) yang ditetapkan oleh PT. Soka Cipta Niaga.

Hasil praktik kerja menunjukkan bahwa dengan ditetapkannya strategi pemasaran yang terarah akan dapat membantu perusahaan dalam menyampaikan produk kepada konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya yang salah satunya adalah dengan cara menerapkan strategi *segmentation, targeting, positioning*.

Metode yang digunakan dalam menyusun Tugas Akhir ini adalah metode deskriptif. Untuk memperoleh data yang akurat dan relevan sebagai dasar penyusunan laporan Tugas Akhir. Penulis melakukan pengumpulan data-data dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Kata Kunci: *Segmentation, Targeting, Positioning*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta petunjuknya dan selalu memberikan kenikmatan serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan judul “Strategi *Segmentation, Targeting, Positioning* Pada PT. Soka Cipta Niaga.”

Adapun maksud dan tujuan penyusunan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada konsentrasi manajemen bisnis program studi Diploma III Manajemen Bisnis, di IKOPIN University. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan ketidak sempurnaan dalam penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar menjadi lebih baik.

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini terutama kepada kedua orang tua tercinta Ibu Ecih Kusnaesih dan Ayah Ade Kustandi yang selalu memberikan dukungan baik secara spiritual maupun material. Tidak lupa juga adek tercinta Idham Fikra Nur Alifia dan Idham Fikri Nur Alifia yang juga selalu memberikan dukungan. Serta ungkapan terimakasih kepada :

1. Bapak H.Nurhayat Indra,Ir,MSc, Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bantuan, bimbingan, dorongan serta saran-saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
2. Bapak H.Dindin Burhanudin,SE.,M.Sc, Selaku Direktur Prodi Diploma III Manajemen Bisnis.
3. Ibu DR.Hj. Yuanita Indriani,Ir.,Msi, Selaku dosen penguji manajemen yang telah memberikan arahan yang terbaik kepada penulis.
4. Bapak Deddy Supriyadi, SE.,MSc, Selaku dosen penguji konsentrasi dan wali dosen penulis yang telah memberikan arahan yang terbaik kepada penulis.

5. Seluruh staff pengajar Diploma III Manajemen Bisnis, yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan motivasi dalam masa perkuliahan.
6. Seluruh staff sekretariat Prodi D3 Manajemen Bisnis yang telah memberikan kelancaran proses kuliah bagi penulis selama kuliah di IKOPIN University.
7. Seluruh pihak PT. Soka Cipta Niaga Bandung yang telah memberikan izin penulis dalam mendapatkan kesempatan praktik kerja, juga membantu dan memberi saran dalam usaha memperoleh data yang diperlukan.
8. Seluruh keluarga besar Alm.H.Emo Surtama dan Alm.H. Rasa yang memberikan banyak pengalaman, wawasan dan juga dukungan.
9. Kelima sahabat tercinta sekaligus sahabat seperjuangan yang selalu memberikan warna didalam hari-hari penulis senang maupun sedih selama 3 tahun ini Baen, Nita, Cristy, Aldo, dan Dendi telah memberikan motivasi, dorongan, dan saling memberikan semangat satu sama lainnya kepada penulis.
10. Nanang Indra Prasetio yang selalu menyemangati penulis, memberikan doa, dan selalu memotivasi penulis dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir terimakasih.
11. Sahabat- sahabat tercinta Lidya, Randi, Regina, Fina, Viona, Zahra, Imas, Nita, Fuji,Ira yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis terimakasih banyak.
12. Seluruh Teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu terimakasih juga karena telah memberikan doa kepada penulis.
13. Seluruh teman-teman Jurusan D3 Manajemen Bisnis Angkatan 2019
GOOD LUCK dan *TETAP SEMANGAT*

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan laporan ini baik dalam teknik penyajian maupun pembahasan. Demi kesempurnaan Laporan Tugas Akhir ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunianya serta memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah membantu kepada penulis, Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan juga pembaca.

Jatinangor, Juni 2022

Dien Gita Lestari



DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Praktik Kerja	1
1.2 Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Penulisan	3
1.4 Maksud dan Tujuan Praktik Kerja	3
1.4.1 Maksud Praktik Kerja	3
1.4.2 Tujuan Praktik Kerja	4
1.5 Kegunaan Praktik Kerja	4
1.5.1 Kegunaan Teoritas	4
1.5.2 Kegunaan Praktis	4
1.6 Tempat Praktik Kerja	5
1.7 Jadwal Waktu Praktik Kerja	5
BAB II KEADAAN UMUM TEMPAT PRAKTIK KERJA	6
2.1 Sejarah Berdirinya Tempat Praktik Kerja	6
2.1.1 Profil Perusahaan	7
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	8
2.1.3 Logo Perusahaan	8
2.1.4 Penghargaan Perusahaan	9
2.2 Keadaan organisasi	10
2.3 Pelaksanaan Manajemen	44
2.4 Kegiatan Usaha	46
2.5 Keadaan Lingkungan	49
2.5.1 Lingkungan Internal	49
2.5.2 Lingkungan Eksternal	53

BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA	56
3.1 Bidang Pekerjaan Yang Dilakukan	56
3.2 Cara Pelaksanaan Kerja	56
3.3 Kendala Yang Dihadapi	60
3.4 Cara Mengatasi Kendala Yang Dihadapi	60
3.5 Manfaat Yang Diperoleh	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Manajemen Bisnis	62
4.1.1 Pengertian Manajemen	62
4.1.2 Fungsi Manajemen	62
4.1.3 Pengertian Bisnis	63
4.2 Manajemen Pemasaran	63
4.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	63
4.2.2 Pengertian Bauran Pemasaran	64
4.3 Strategi Pemasaran	65
4.3.1 Pengertian Strategi	65
4.3.2 Pengertian Strategi Pemasaran	65
4.4 Strategi Segmentation, Targeting, Positioning	66
4.4.1 Pengertian Segmentasi Pasar	66
4.4.2 Pengertian Target Pasar	68
4.4.3 Pengertian Posisi Pasar	68
4.5 Hasil dan Pembahasan	69
4.5.1 Strategi Segmentation	69
4.5.2 Strategi Targeting	72
4.5.3 Strategi Positioning	73
BAB V KESIMPULAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Profil PT. Soka Cipta Niaga	7
Tabel 2. Jadwal Praktik Kerja	56
Tabel 3. Segmentasi Geografis	69
Tabel 4. Segmentasi Demografis	70
Tabel 5. Segmentasi Psikografis	71
Tabel 6. Segmentasi Berdasarkan Perilaku	71
Tabel 7. Data Penjualan	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. PT. Soka Cipta Niaga	7
Gambar 2. Logo PT. Soka Cipta Niaga	8
Gambar 3. Penghargaan Soka APPHI	9
Gambar 4. Penghargaan Bidang Modes Fashion	9
Gambar 5. Struktur Organisasi PT. Soka Cipta Niaga	10
Gambar 6. Contoh Konsep B2B (Business To Business)	48
Gambar 7. Contoh B2C (Business To Customer)	49
Gambar 8. Karyawan PT. Soka Cipta Niaga	49
Gambar 9. Mushola	50
Gambar 10. Kamar Mandi	50
Gambar 11. Mobil Box dan Mobil Engkel	51
Gambar 12. Mesin Produksi	51
Gambar 13. Contoh Mesin Produksi	52
Gambar 14. Mesin Oven	52
Gambar 15. Mesin Obras	53
Gambar 16. PT. Matahari	53
Gambar 17. PT. Multi Megah Mandiri (Mundo)	54
Gambar 18. Sistem Jubelio	54
Gambar 19. Pada Saat Kegiatan Print Label	57
Gambar 20. Contoh Label Pemesanan	58
Gambar 21. Display Barang	58
Gambar 22. Pada Saat Qiusi Produk	59
Gambar 23. Pada Saat Packing Produk	59
Gambar 24. Produk Yang Telah Dipacking	60
Gambar 25. Logo Slogan PT. Soka Cipta Niaga	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampran- Lampiran	78
-------------------------	----

