

**ANALISIS *SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING*
PADA PAMERAN DIGITAL EXPO DIGI TAHUN 2020 (STUDI
KASUS PT SADHANA EKAPRAYA AMITRA)**

**REINA DEVIANTI
1702518004**



**Karya ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021**

ANALYSIS OF SEGMENTING, TARGETING, AND POSITIONING AT THE DIGITAL EXHIBITION EXPO DIGI 2020 (CASE STUDY OF PT SADHANA EKAPRAYA AMITRA).

**REINA DEVIANTI
1702518004**



The scientific paper was prepared to meet one of the requirements to get the title of the Experts Associate at Faculty Of Economics Universitas Negeri Jakarta.

***MARKETING MANAGEMENT STUDI PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021***

ABSTRAK

Reina Devianti. 1702518004. Analisis Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Pada Pameran Digital Tahun 2020 (Studi Kasus PT Sadhana Ekapraya Amitra). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Dari hasil penulisan dapat diketahui bahwa penerapan strategi pemasaran yang digunakan PT Sadhana Ekapraya Amitra dari segmentasi PT Sadhana Ekapraya Amitra menggunakan segmentasi geografis, demografis dan perilaku konsumen. Targeting yang diterapkan adalah *Product Specialization*. Positioning yang diterapkan adalah produk mesin pendingin dengan merek Fresta yang menjadi nilai unggul PT Sadhana Ekapraya Amitra. Pameran digital EXPO DIGI 2020 yang diikuti PT Sadhana Ekapraya Amitra ternyata kurang efektif.

Kata Kunci: Analisis STP, Segmenting, Targeting, Positioning, Pameran Digital, 2020, PT Sadhana Ekapraya Amitra.

ABSTRACT

Reina Devianti. 1702518004. Analysis of Segmenting, Targeting, Positioning Strategies at the Digital Exhibition EXPO DIGI 2020 (Case Study of PT Sadhana Ekapraya Amitra). DIII Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.

From the results of the writing can be seen that the application of the marketing strategies used by PT Sadhana Ekapraya Amitra of segmentation PT Sadhana Ekapraya Amitra using segmentation geographic, demographic and consumer behavior. Targeting that is applied is the Product Specialization. Positioning the applied product is a cooling machine with a brand Fresta who was the superior value of PT Sadhana Ekapraya Amitra. A digital exhibition EXPO DIGI 2020 followed by PT Sadhana Ekapraya Amitra turned out to be less effective.

Keywords: STP Analysis, Segmenting, Targeting, Positioning, Digital Exhibition, 2020, PT Sadhana Ekapraya Amitra



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KARYA ILMIAH

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Sholikhah, M.M.
NIP/NIDK : 196206231990032001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Reina Devianti
No. Registrasi : 1702518004
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Karya Ilmiah : Analisis Segmenting, Targeting dan Positioning Pada Pameran Digital EXPO DIGI Tahun 2020 (Studi Kasus PT Sadhana Ekapraya Amitra)

untuk mengikuti Ujian Karya Ilmiah.

Jakarta, 31 Juli 2021

Mengetahui,
Koord. Program Studi Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing

Dra. Solikhah, M.M
NIP. 1962062319900032001

Dra. Solikhah, M.M
NIP. 1962062319900032001

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya ilmiah ini merupakan asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik ahli madya. Baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Karya ilmiah belum dipublikasikan kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 23 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Reina Devianti

NIM : 1702518004

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan Karya Ilmiah serta dapat menyelesaikan laporannya tepat waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti.

Karya Ilmiah ini merupakan salah syarat wajib yang harus ditempuh mahasiswa dalam Program Studi DIII Manajemen Pemasaran untuk menyelesaikan masa studi. Selain untuk menuntaskan program studi yang penulis tempuh karya ilmiah ini ternyata banyak memberikan manfaat kepada penulis baik dari segi akademik maupun untuk pengalaman yang tidak dapat penulis temukan saat berada di bangku kuliah. Dalam penyusunan laporan karya ilmiah ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dra. Sholikhah, M.M. selaku dosen pembimbing Penulis.
4. Bapak Lalu Athma Sasmita selaku Kepala *Marketing Communication* PT Sadhana Ekapraya Amitra.
5. Ibu Yessy Samalo selaku SPV *Marketing Communication* dan menjadi narasumber dalam menjalankan observasi di PT. Sadhana Ekapraya Amitra.
6. Bapak Nasrul selaku Kepala *Sales Marketing* PT Sadhana Ekapraya Amitra dan menjadi narasumber dalam menjalankan observasi di PT. Sadhana Ekapraya Amitra.
7. Seluruh karyawan PT. Sadhana Ekapraya Amitra yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu dan tanpa mengurangi rasa hormat penulis.

8. Ayah tercinta saya Bapak AKP (Purn.) Sugianto dan Ibu tercinta saya Almarhumah Kusmiati terima kasih atas doa dan dukungannya sehingga Karya Ilmiah saya dapat terselesaikan.
9. Kakak tercinta saya Brigadir Febri Kusharyanto, SH, Briptu Hadi Saputro Wibowo, Bd. Sri Puji Astuti, A.Md Keb. dan Tri Utami R. Putri A.Md.M.
10. Teman-teman angkatan 2018 Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan dukungan yang tulus untuk praktikan.
11. Para sahabat dan sepupu saya yang telah mendukung saya dalam pembuatan Karya Ilmiah ini terima kasih banyak, tanpa dukungan kalian saya mungkin akan lama menyelesaikannya.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih penulis atas kebaikan yang telah kalian diberikan selama ini.

Penulis akui penulisan ini tidaklah sempurna seperti kata pepatah tak ada gading yang tak retak begitu pula dalam penulisan ini, apabila nantinya terdapat kekeliruan dalam penulisan laporan kerja praktik ini penulis sangat mengharapkan kritik dan sarannya.

Jakarta, 1 Agustus 2021

Reina Devianti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN KARYA ILMIAH	iv
LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH	v
LEMBAR ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN METODOLOGI PENULISAN	10
A. Kajian Teoritis.....	10
B. Kerangka Berpikir	24
C. Metodologi Penulisan.....	25
BAB III PEMBAHASAN	30
A. Deskripsi Kasus.....	30
B. Analisis Kasus	31
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN-LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

TABEL I.1 Produk dan Merek PT Sadhana Ekapraya Amitra	1
TABEL II.1 Daftar Peneliti Terdahuku	28
TABEL III.1 Data Penjualan Produk Pameran 2019 & 2020	32
TABEL III.2 Manfaat dan Risiko Pameran Dagang	33
TABEL III.3 Perbedaan Promosi Pameran 2019 & 2020	34
TABEL III.4 Penjualan PT Sadhana Ekapraya Amitra Tahun 2020	40
TABEL III.5 Keunggulan Produk PT Sadhana Ekapraya Amitra	45
TABEL Lampiran 3.1 Identitas Responden	57
TABEL Lampiran 3.2 Instrumen Pertanyaan	58

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR I.1 Data Penjualan Pameran 2019 & 2020	7
GAMBAR II.1 Langkah-langkah Dalam Desain Strategi Pemasaran	12
GAMBAR II.2 Kerangka Berpikir.....	24
GAMBAR III.1 Lokasi Purnajual	36
GAMBAR III.2 Analisis Data Instagram PT Sadhana Ekapraya Amitra	38
GAMBAR III.3 Instagram & Situs Web PT Sadhana Ekapraya Amitra.....	39
GAMBAR III.4 Logo dan Tagline Sadhana	43
GAMBAR III.5 Pameran EXPO DIGI 2020	48
GAMBAR III.6 Pameran SIAL Interfood 2019	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Surat Pengajuan Usulan KI	55
Lampiran 2 - Kartu Konsultasi Pembimbing KI	56
Lampiran 3 - Hasil Wawancara dengan Narasumber	57
Lampiran 4 - Bukti Magang & Kerja di PT Sadhana Ekapraya Amitra	58

