



**LAMPIRAN 1**  
**Pedoman Wawancara**

## PEDOMAN WAWANCARA

1. Sejak kapan anda memulai bisnis toko mebel aneka ini?
2. Bagaimana cerita awal anda mendirikan toko mebel aneka ini?
3. Barang apa saja yang di jual di toko mebel anda ini?
4. Strategi pemasaran apa saja yang sudah anda gunakan selama mempunyai toko mebel ini?
5. Bagaimana cara anda dalam menghadapi daya saing pasar saat ini?
6. Bagaimana pelayanan yang sudah anda berikan ke konsumen selama ini?
7. Sudahkah anda memanfaatkan teknologi untuk strategi pemasaran?
8. Sudahkah anda menjalin hubungan dengan konsumen demi meningkatkan penjualan?
9. Apakah ada kendala selama anda menjalankan bisnis toko mebel ini?
10. Apa keunggulan produk yang anda jual dari produk toko mebel lainnya?
11. Strategi bisnis apa yang sudah anda terapkan dalam menghadapi pesaing selama ini?
12. Bentuk promosi seperti apa yang sudah anda terapkan dalam mengembangkan bisnis anda ini?
13. Menurut anda bagaimana lokasi usaha toko mebel anda ini?
14. Apakah produk yang anda jual sudah memenuhi kebutuhan konsumen selama ini?
15. Pemasaran toko mebel Aneka ini apa sudah menjangkau luar wilayah kota Kediri pak?
16. Untuk produk yang dijual mebel aneka ini difokuskan untuk kalangan yang sudah berkeluarga saja atau untuk kalangan semua umur ?
17. Pembeli produk mebel disini mayoritas semua umur atau orang yang sudah berkeluarga saja pak ?
18. Apakah produk yang dijual di toko mebel aneka ini selalu menyesuaikan dengan produk mebel trend saat ini atau tidak pak ?

19. Apa yang membuat UD Mebel Aneka ini berbeda dengan toko furniture lain ya bapak?
20. Dalam pemasaran produk di UD Mebel Aneka ini, apakah anda sudah menjangkau keluar dari kabupaten Kediri ini pak?
21. bagaimana cara anda dalam menghadapi pesaing saat ini pak, karena saat ini kan sudah banyak toko furniture ?





**LAMPIRAN 2**  
**Hasil Wawancara**

## Hasil wawancara dengan informan 1

Informan : bapak Udin  
Tanggal : 5 maret 2019  
Waktu : 13.00  
Lokasi : UD MEBEL ANEKA

1. Sejak kapan anda memulai bisnis toko mebel aneka ini?

*Pada tahun 2010, lebih tepatnya tanggal 1 desember 2010.*

2. Bagaimana cerita awal anda mendirikan toko mebel aneka ini?

*Awal berdirinya usaha dagang toko mebel ini pada tahun 2010, saya dulu bekerja di toko mebel menjadi kasir, kira-kira saya bekerja di toko mebel itu sekitar 5 tahun an, selama 5 tahun saya belajar menguasai tentang penjualan-penjualan mebel serta strategi pemasaran apa saja yang cocok untuk toko mebel ini. saya fikir bisnis toko mebel ini sangat menjanjikan, pada saat itu pula saya berfikir ingin menjalankan bisnis toko mebel sendiri. Dan pada akhirnya saya keluar dari pekerjaan saya itu, saya optimis menjalankan bisnis toko mebel sendiri karena saya sudah paham betul tentang penjualan mebel ini, lagipula saya juga sudah banyak yang kenal dengan pedagang-pedagang, konsumen mebel ataupun distributor mebel tersebut. Itu yang membuat saya optimis menjalankan usaha dagang toko mebel sendiri, dan Alhamdulillah saat ini saya sudah bisa membuka toko mebel sendiri dan saya pun sekrang sudah mempunyai brand sendiri yaitu MEBEL ANEKA. Seperti itu cerita singkat saya mengenai awal berdirinya toko mebel ini.*

3. Barang apa saja yang di jual di toko mebel anda ini?

*Disini kami menjual berbagai barang kebutuhan rumah tangga seperti lemari, kursi, dan meja. Dan selalu mengikuti trend produk furniture masa kini.*

4. Strategi pemasaran apa saja yang sudah anda gunakan selama mempunyai toko mebel ini?

*Strategi pemasaran yang kami lakukan saat ini adalah memperhatikan selera konsumen, memperluas jaringan distribusi, promosi ke masyarakat sekitar dan menawarkan produk-produk yang kualitasnya bagus agar konsumen tidak kecewa dengan produk yang kami pasarkan, dengan cara seperti itu masyarakat pasti senang dengan produk-produk yang kami jual. Lalu otomatis pasti ada omongan ke tetangga lain kalo membeli produk di mebel aneka kualitasnya sangat bagus.*

5. Bagaimana cara anda dalam menghadapi daya saing pasar saat ini?

*Cara kami menghadapi daya saing pasar yaitu menawarkan harga yang lebih rendah pastinya, karena kami yakin produk-produk yang kami jual harganya lebih miring ketimbang toko yang lain. Tidak hanya harga yang lebih rendah, kualitas pelayanan toko kami juga bagus, karena kepuasan konsumen adalah tujuan utama kami. Lalu kami juga meningkatkan kualitas produk yang kami jual juga agar konsumen tidak kecewa membeli barang dari toko mebel kami.*

6. Bagaimana pelayanan yang sudah anda berikan ke konsumen selama ini?

*Toko mebel kami ini selalu mengutamakan pelayanan pelanggan. Karena kepuasan pelanggan itu sangat penting. Jika kami tidak mengutamakan pelayanan pelanggan, pelanggan pasti akan kecewa dengan toko kami. Insyaallah pelayan yang kami berikan ke konsumen selama ini sudah cukup baik dan memuaskan di hati konsumen.*

7. Sudahkah anda memanfaatkan teknologi untuk strategi pemasaran?

*Untuk strategi pemasaran dengan pemanfaatan teknologi masih belum kami terapkan, di karenakan kurangnya pengetahuan tentang internet atau media sosial.*

8. Sudahkah anda menjalin hubungan dengan konsumen demi meningkatkan penjualan?

*untuk menjalin hubungan dengan konsumen selama ini Alhamdulillah sudah menjalin hubungan yang baik, sampai saat ini pun kami masih mempunyai pelanggan tetap.*

9. Apakah ada kendala selama anda menjalankan bisnis toko mebel ini?

*Untuk kendala pasti ada, Setiap usaha pasti mempunyai kendala dalam bisnisnya.*

10. Apa keunggulan produk yang anda jual dari produk toko mebel lainya?

*Untuk keunggulan produk yang kami jual selama ini sudah cukup bagus, karena produk yang bagus bisa mendatangkan minat beli konsumen lebih banyak. Jadi saya juga selalu mengutamakan produk yang bagus untuk di jual. untuk produk yang mengalami kecacatan kami kembalikan ke distributornya untuk di retur dengan barang yang baru yang tidak mengalami kecacatan. Agar konsumen tidak kecewa membeli barang dari toko mebel kami ini.*

11. Strategi bisnis apa yang sudah anda terapkan dalam menghadapi pesaing selama ini?

*Saya biasanya bikin promo menarik tentang produk baru karena produk mebel tidak monoton itu-itu aja. Selalu ada produk baru setiap tahun nya. Dan tak lupa juga saya biasanya memberi harga yang miring daripada toko mebel yang lain.*

12. Bentuk promosi seperti apa yang sudah anda terapkan dalam mengembangkan bisnis anda ini?

*Untuk promosi kita hanya memakai banner di depan toko saja mas. Karena saya masih belum bisa memanfaatkan teknologi internet untuk saat ini.*

13. Menurut anda bagaimana lokasi usaha toko mebel anda ini?

*Untuk lokasi toko mebel kami ini insyaallah sangat strategis karena jauh dari toko pesaing dan di tempat pemukiman padat penduduk.*

14. Apakah produk yang anda jual sudah memenuhi kebutuhan konsumen selama ini?

*Menurut saya produk yang saya jual ini sudah memenuhi target sesuai kebutuhan konsumen.*

15. Pemasaran toko mebel Aneka ini apa sudah menjangkau luar wilayah kota Kediri pak?

*Untuk Pemasaran mebel Aneka masih menjangkau wilayah Kabupaten Kediri saja saat ini. Belum sampai keluar kabupaten Kediri*

16. Untuk produk yang dijual mebel aneka ini difokuskan untuk kalangan yang sudah berkeluarga saja atau untuk kalangan semua umur ?

*Untuk produk saya fokuskan ke kalangan yang sudah berkeluarga saja karena orang yang sudah berkeluarga lebih memerlukan perabotan rumah tangga seperti meja, kursi dan lemari, apalagi pasangan suami istri yang baru menikah pasti membutuhkan produk furniture untuk keperluan mereka.*

17. Pembeli produk mebel disini mayoritas semua umur atau orang yang sudah berkeluarga saja pak ?

*Pembeli produk mebel disini kebanyakan orang yang sudah berkeluarga saja mas.*

18. Apakah produk yang dijual di toko mebel aneka ini selalu menyesuaikan dengan produk mebel trend saat ini atau tidak pak ?

*Iya mas, produk mebel yang saya jual disini selalu mengikuti trend saat ini, agar tidak tersaingi dengan toko mebel yang lain.*

19. Apa yang membuat UD Mebel Aneka ini berbeda dengan toko furniture lain ya bapak?

*yang membuat toko furniture kami ini berbeda dengan toko furniture lain yaitu, toko furniture kami ini memberikan garansi selama 1 bulan untuk produk lemari, meja dan kursi yang di beli oleh konsumen, di banding dengan toko furniture lain yang tidak memberikan garansi.*

20. Dalam pemasaran produk di UD Mebel Aneka ini, apakah anda sudah menjangkau keluar dari kabupaten Kediri ini pak?

*Dalam pemasaran produk, kami memilih memasarkanya dalam kota saja. dikarenakan eksistensi atau kepopuleran produk-produk yang di jual di toko kami masih belum seberapa, apalagi hampir setiap kota memiliki produsen-produksen mebel dengan ciri khas tersendiri.*

21. bagaimana cara anda dalam menghadapi pesaing saat ini pak, karena saat ini kan sudah banyak toko furniture ?

*produk furniture yang di jual oleh mebel aneka ini selalu ada yang baru dan mengikuti trend saat ini, karena perkembangan produk furniture sangat cepat. Jadi produk yang di jual di mebel aneka ini selalu ada yang baru, agar produk yang di jual sesuai dengan kebutuhan konsumen di era sekarang ini.*

## Hasil wawancara dengan informan 2

Informan : bapak Yanto  
Tanggal : 5 maret 2019  
Waktu : 15.00  
Lokasi : UD MEBEL ANEKA

1. Barang apa saja yang di jual ditoko mebel tempat anda bekerja ini?

*Di tempat saya bekerja ini menjual alat kebutuhan rumah tangga seperti lemari, meja dan kursi.*

2. Selama anda bekerja disini, strategi pemasaran apa saja yang sudah di terapkan di toko mebel ini?

*Setau saya strategi pemasaran yang dilakukan di tempat saya bekerja ini masih kurang. Karena hanya memanfaatkan banner dan promo-promo menarik saja.*

3. Bagaimana cara anda memberikan pelayanan kepada para konsumen ?

*Untuk pelayanan kepada para konsumen selalu saya utamakan karena sudah tugas saya menjadi karyawan di toko mebel aneka ini.*

4. Apakah anda ikut membantu memasarkan barang di toko mebel ini dengan menggunakan teknologi yang ada saat ini?

*Tidak. setau saya disini masih belum memanfaatkan teknologi media sosial sebagai promosi.*

5. Apakah anda menjalin hubungan dengan para konsumen selama bekerja di toko mebel ini guna untuk membantu memasarkan barang?

*Tidak. Saya hanya bekerja sebagai sopir dan memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin.*

6. Apakah ada kendala selama anda bekerja di toko mebel aneka ini?

*Untuk kendala alhamdulillah tidak ada kendala selama saya bekerja di toko mebel aneka ini.*

7. Apa keunggulan produk yang di jual di tempat anda bekerja ini daripada toko mebel lainnya?

*produk yang di jual di tempat bekerja saya ini sudah terkenal sangat baik di mata masyarakat ketimbang toko mebel yang lain, dari segi kualitas dan bahan baku nya pun juga sangat bagus. Harga nya pun juga lebih murah kok daripada toko mebel yang lain.*

8. Strategi bisnis apa yang sudah di terapkan toko mebel aneka ini dalam menghadapi daya saing saat ini?

*Strategi bisnis yang di terapkan di tempat saya bekerja ini biasanya membuat promo-promo menarik tentang barang baru dan menawarkan harga yang miring juga ketimbang toko mebel yang lain.*

9. Bagaimana menurut anda lokasi tempat toko mebel anda bekerja ini?

*Untuk tempat sih lumayan sudah strategis karena di tempat yang ramai padat penduduk. Dan bertempat di pinggir jalan besar juga.*

10. Untuk produk yang dijual di mebel aneka ini difokuskan untuk kalangan yang sudah berkeluarga saja atau untuk kalangan semua umur ?

*produk furniture yang di jual mebel aneka ini hanya di fokuskan ke orang yang sudah berkeluarga saja mas.*

11. Apa yang membuat UD Mebel Aneka ini berbeda dengan toko furniture lain ya bapak?

*Perbedaan yang membuat UD Mebel Aneka ini berbeda dari yang lain yaitu, disini kami selalu mendatangkan produk yang baru atau modern dan dari segi harga pun kami sudah terkenal harganya yang lebih miring daripada*

*toko mebel yang lain. Itu yang membuat UD Mebel Aneka ini berbeda dari toko mebel yang lain.*

12. menurut anda apa yang membuat konsumen memilih UD Mebel Aneka untuk membeli produk furniture daripada memilih toko furniture lain?

*produk furniture yang dijual di toko furniture tempat saya bekerja ini berbeda dengan produk yang lain, yang membuat berbeda karena di sini ada garansi produk selama 1 bulan, seperti kecacatan produk dari toko.*

13. Apakah produk yang dijual di toko mebel aneka ini selalu menyesuaikan dengan produk mebel trend saat ini atau tidak pak ?

*produk furniture yang di jual oleh mebel aneka ini selalu ada yang baru dan mengikuti trend saat ini, karena perkembangan produk furniture sangat cepat. Jadi produk yang di jual di mebel aneka ini selalu ada yang baru, agar produk yang di jual sesuai dengan kebutuhan konsumen di era sekarang ini.*

14. Untuk produk furniture yang di jual di tempat kerja anda ini mayoritas pembeli orang yang sudah berkeluarga saja apa semua umur pak?

*produk furniture yang di jual mebel aneka ini hanya di fokuskan ke orang yang sudah berkeluarga saja mas. Tetapi terbuka juga untuk semua umur. Karena pembeli furniture tidak ada batasan umur. Semua dapat membeli produk furniture. Tetapi kebanyakan pembeli itu mayoritas yang sudah berkeluarga saja mas dan pasangan suami istri yang baru menikah.*



**LAMPIRAN 3**  
**Dokumentasi Penelitian**

Proses wawancara dengan pemilik toko Mebel Aneka



Keadaan toko Mebel Aneka



Tampak depan toko Mebel Aneka







**LAMPIRAN 4**  
**Penelitian Terdahulu**

# ANALISIS *SEGMENTATION, TARGETING, DAN POSITIONING* DALAM RANGKA MENINGKATKAN DAYA SAING MELALUI STRATEGI PEMASARAN DI TOKO PIA CAP MANGKOK CABANG SEMERU

Sylvia Tri Astina  
Sunarti

M. Kholid Mawardi  
Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Brawijaya  
Malang  
[sylviatriastina@rocketmail.com](mailto:sylviatriastina@rocketmail.com)

## ABSTRACT

*This research was conducted based on the number of Pia Mangkok's competitors which are growing rapidly so that it takes a marketing strategy which is able to maintain Pia Cap Mangkok Semeru's competitiveness. For making a marketing strategy, it needs the introduction of STP and marketing mix as well. Researcher used method of descriptive qualitative, focused on the analysis of STP, which will be suited with the marketing strategy of pia mangkok.. The data collection technique was by interview, observation and documentation. The data analysis used was interactive model from Miles and Huberman. Meanwhile, for the data validation, the researcher used a source triangulation. Based on the 30 consumers' survey, the market segments have diverse characteristics and needs. The dominant market segments have characteristics: (1) women, adult, married, private employees, revenues of more than Rp 5.000.000,00,-; first bachelor degree, Moslem, indigenous race (demographics); (2) domiciled in Malang (geographic); (3) culinary hobby, the upper middle class (psychographic); (4) buying Pia Mangkok products for personal gifts, green beans filling and 5 pieces' packaging as consumer's favorite. If concluded, pia mangkok has some goodness like its taste; packaging; and affordable price.*

**Keywords:** *marketing strategy, STP, pia mangkok*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan atas dasar banyaknya kompetitor produk pia mangkok yang berkembang pesat sehingga dibutuhkan strategi pemasaran yang mampu mempertahankan daya saing Toko Pia Cap Mangkok Semeru. Dibutuhkan rancangan STP dan bauran pemasaran yang jelas sebelum merancang strategi pemasaran. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan fokus penelitian analisis STP, yang selanjutnya disesuaikan dengan strategi pemasaran yang sudah ada. Teknik pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu analisis data model interaktif Miles dan Huberman. Pengukuran keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Berdasarkan hasil survei terhadap 30 konsumen, segmen pasar memiliki karakteristik dan kebutuhan yang beragam. Segmen pasar yang dominan berkarakteristik: (1) perempuan, berusia dewasa, *married*, profesi pegawai swasta, pendapatan lebih dari Rp 5.000.000,-; bergelar S1, beragama Islam, ras pribumi, berkebangsaan Indonesia (demografis); (2) berdomisili di Kota Malang (geografis); (3) *hobby* kuliner, kalangan menengah ke atas (psikografis); (4) membeli pia mangkok untuk oleh-oleh pribadi, varian isi favorit kacang hijau; *packaging* isi 5. Jika disimpulkan, produk pia mangkok memiliki keunggulan dari segi rasa; *packaging*; dan harga terjangkau.

**Kata kunci:** *strategi pemasaran, STP, pia mangkok*

## ABSTRAKSI

Rimbawan Bayu Sadewo

12/332635/SV/01350

“Analisis Strategi Pemasaran Produk Furniture PT. Palma International Furniture Yogyakarta”

2015. 72 halaman

PT. Palma International Furniture merupakan perusahaan ekspor yang bergerak di bidang industri furniture atau mebel sebagai salah satu penyedia inovatif indoor dan outdoor. Jenis produk yang ditawarkan PT. Palma International Furniture merupakan produk-produk home decoration dan home furnishing, seperti kursi, meja, almari, tempat tidur, peralatan makan, wall decoration, patung, dan lain sebagainya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang ditetapkan oleh PT. Palma International Furniture. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa STP (segmentasi, targeting, dan positioning), analisa SWOT, dan bauran pemasaran. Segmentasi yang digunakan oleh PT. Palma International Furniture diantaranya segmentasi geografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi demografis. Target pasar PT. Palma International Furniture adalah pengusaha dengan kelas ekonomi menengah ke atas. Positioning PT. Palma International Furniture adalah dengan menanamkan produk kualitas dan inovatif ke dalam benak konsumen.

Analisa SWOT merupakan analisa untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta mengetahui peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan. Selain itu, bauran pemasaran barang atau 4p yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari (produk, harga, tempat, promosi). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara dan pengamatan. Narasumber dalam pengambilan data terdiri dari Manajemen PT. Palma International Furniture (Ibu Irmina), bagian purchasing (Bapak irwan dan Ibu Widi), dan bagian quality control (bapak Dwi). Pengamatan dilakukan penulis di kantor PT. Palma International Furniture.

Kata kunci : STP (segmentasi, targeting, dan positioning, analisis S.W.O.T, dan bauran pemasaran.

## **STRATEGI SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING SERTA STRATEGI HARGA PADA PERUSAHAAN KECAP BLEKOK DI CILACAP**

**Hari Wijaya & Hani Sirine**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW Salatiga

Email: hani.sirine@staff.uksw.edu

### **ABSTRACT**

*To win the market competition, companies must have segmenting, targeting, positioning strategy and pricing strategy. This study aims to determine segmenting, targeting, positioning strategy as well as the company's pricing strategies on Kecap Blekok Company in Cilacap. Methods of data collection in this study using interviews and documentation. The analysis technique used is descriptive analysis techniques. The results showed market segment of Kecap Blekok Company is the lower middle class, the chosen target market is segment concentration or a single market, Kecap Blekok Company is positioned on the lower middle class with high quality. For the pricing strategy is employed by Kecap Blekok Company using cost plus pricing method to set the selling price.*

**Keywords:** *segmenting, targeting, and positioning strategy, price strategy*

### **ABSTRAK**

*Untuk memenangkan persaingan pasar, perusahaan harus memiliki segmentasi, targeting, strategi positioning dan strategi harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmentasi, targeting, strategi positioning serta strategi harga perusahaan pada Kecap Blekok Perusahaan di Cilacap. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan segmen pasar dari Kecap Blekok Perusahaan adalah kelas menengah ke bawah, target pasar yang dipilih adalah konsentrasi segmen atau pasar tunggal, Kecap Blekok Perusahaan diposisikan pada kelas menengah ke bawah dengan kualitas tinggi. Untuk strategi harga dipekerjakan oleh Kecap Blekok Perusahaan menggunakan metode cost plus pricing untuk mengatur harga jual.*

**Kata kunci:** *segmentasi, targeting, dan positioning strategi, strategi harga*

### **PENDAHULUAN**

#### **Latar Belakang Masalah**

Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan

perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran.