

ABSTRAK

Ditengah persaingan ritel pasar modern besar yang semakin ketat dan berkembang perusahaan harus mengidentifikasi pasar mana yang akan dilayaninnya dengan baik dan paling menguntungkan. Perusahaan ritel harus merancang strategi pemasaran yang akan digerakkan pada pelanggan dan membangun hubungan yang benar dan tepat dengan pelanggan. Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu: 1) untuk mengetahui bagaimana *segmentation* Transmart pada pelanggannya di Indonesia berdasarkan segmentasi geografis, demografis, dan psikografis, 2) untuk mengetahui target pasar Transmart Indonesia, dan 3) untuk mengetahui bagaimana *positioning* Transmart Indonesia terhadap pesaingnya perusahaan pasar modern besar ialah Hypermart, Giant, dab Lotte Mart.

Responden dalam penelitian 398 responden dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling purposive*. Jenis penelitian ini ialah penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *cluster* yaitu *K-Means Cluster* terbentuk 2 segmen cluster berdasarkan segmentasi demografis dan psikografis. Untuk segmentasi geografis dilakukan proses profiling dengan crosstab (tabulasi silang). Hasil dari analisis *cluster* tersebut dapat dilihat yang paling berpotensi untuk dijadikan sebagai target pasar dari Transmart. Untuk positioning menggunakan teknni analisis *multidimensional scaling (MDS)* dengan *perceptual mapping*.

Hasil penelitian menggunakan analisis cluster *K-Means Cluster* dan proses profiling dengan *crosstab* terbentuk 2 *cluster* berdasarkan segmentasi geografis, demografis dan psikografis. Untuk target pasar yang Transmart harus berikan perhatian dan konsentrasi sebaiknya difokuskan pada *cluster 1*. Hasil analisis multidimensional scalling dengan perceptual mapping menunjukkan bahwa Transmart tidak memiliki kemiripan dengan ketiga perusahaan pasar modern besar perusahaan-perusahaan tersebut bukanlah pesaing terdekat dengan Transmart.

Kata Kunci: *Segmentation Targeting dan Positioning, Analisis Cluster, Multidimensional scaling, Perusahaan ritel pasar modern besar, Transmart*