

Abstrak

PT *Lion Express (Lion Parcel)* adalah perusahaan logistik yang berpusat di Jakarta. Perusahaan ini memanfaatkan jaringan dan keuntungan yang diberikan oleh induk perusahaan yaitu *Lion Air Group* untuk membesarkan bisnisnya. Untuk memenangkan persaingan dan merebut konsumen yang jumlahnya semakin besar, sejalan dengan membesarnya penggunaan pasar online, PT *Lion Express (Lion Parcel)* menggunakan analisa segmen pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar peluang serta persaingan dalam dunia bisnis berkaitan dengan segmentasi pasar, dan pengelompokan segmentasi pasar yang dilakukan PT. *Lion Express* berdampak dengan adanya targeting pasar. Keunggulan yang dimiliki oleh PT *Lion Express* tentunya akan mempunyai efek dengan adanya positioning pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian studi kasus. Sedangkan, untuk teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dan observasi. Data yang sudah diperoleh memperlihatkan bahwa segmentasi pasar yang dilakukan oleh PT. *Lion Express* masih berdampak besar dari pergerakan roda ekonomi terutama di bidang logistik sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya yang serupa bergerak di bidang jasa logistik, yang di sambungkan dengan media omnichannel untuk mendapatkan pasar hingga ke konsumen pribadi sebagai pengguna jasa logistik dari PT. *Lion Express*.

Kata Kunci : Segmentasi pasar, penyedia layanan, jasa pengiriman, omnichannel

Abstract

PT Lion Express (Lion Parcel) is a logistics company based in Jakarta. This company utilizes the network and benefits provided by the parent company, namely Lion Air Group, to grow its business. To win the competition and capture an increasingly large number of consumers, in line with the increasing use of online markets, PT Lion Express (Lion Parcel) uses market segment analysis. This research aims to analyze how big the opportunities and competition in the business world are related to market segmentation and market segmentation grouping carried out by PT. Lion Express has an impact with market targeting and the advantages possessed by PT Lion Express will of course have an effect with market positioning. This research uses a qualitative approach and a case study type of research. Meanwhile, data collection techniques used in-depth interviews and observation. The data that has been obtained shows that the market segmentation carried out by PT. Lion Express still has a big impact on the movement of the economy, especially in the logistics sector, so that it can compete with other similar competitors operating in the logistics services sector, which is connected to omnichannel media to get the market to personal consumers as users of logistics services from PT Lion Express.

Keywords: Market segmentation, service providers, delivery services, omnichannel