

ABSTRACT

This study aims to find out how effective the implementation of the Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) strategy implemented by Batik Semboro is in increasing its competitiveness. In this study, researchers used descriptive analysis methods with a qualitative approach, which is a research method for describing, summarizing various social phenomena that exist in society, as well as drawing surface social reality as characteristics, characters, traits, models, signs or descriptions of phenomena. Data collection techniques used by researchers are observation, interviews, and documentation using triangulation techniques. The procedure in this study uses data analysis techniques according to Miles and Huberman including data reduction, data display, and drawing conclusions. The results of this study indicate that consumers of batik are dominated by female consumers aged 20-30 years with an undergraduate degree who earn less than Rp. 1,000,000.

Keywords : Segmenting, Targeting, Positioning



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif dalam penerapan strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) yang diterapkan oleh Batik Semboro dalam meningkatkan daya saingnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan suatu metode penelitian untuk menggambarkan, meringkas berbagai fenomena sosial yang ada di masyarakat, serta menarik realita sosial kepermukaan sebagai ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran fenomena. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu observasi, wawancara, serta dokumentasi dengan menggunakan teknik triangulasi. Prosedur dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman mencakup reduksi data, data display, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen batik didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan berusia 20-30 tahun dengan tingkat pendidikan terakhir sarjana yang berpenghasilan kurang dari Rp. 1.000.000.

Kata kunci : Segmenting, Targeting, Positioning

