

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui formulasi strategi yang digunakan dalam peningkatan penjualan produk terasi di Kelurahan Mayangan Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo dan untuk mengetahui implementasi strategi yang digunakan dalam peningkatan penjualan produk terasi di Kelurahan Mayangan Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Pada pendekatan kualitatif untuk memperoleh informasi dengan wawancara mendalam dengan informan sekaligus dengan telaah dokumen dan observasi untuk mengkaji target pasar (targeting) dan pemosisian produk (positioning). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya strategi pemasaran yang telah terarah dapat membantu sebuah kegiatan usaha atau perusahaan dalam menyampaikan produknya kepada para konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masing-masing konsumen. Salah satu strategi yang sering digunakan oleh pegiat bisnis adalah metode *segmentation, targetting, and positioning*. Dimana strategi ini sendiri juga telah diterapkan dalam penjualan terasi rebon yang menjadi titik awal sebelum melakukan bauran pemasaran.

Kata Kunci : *segmentation, targetting, and positioning*.



ABSTRACT

The aims of this research is to determine the strategy formulation used in increase in sales of shrimp paste products in Mayangan Village, Mayangan Kota District Probolinggo and to find out the implementation of strategies used in the improvement sales of shrimp paste products in Mayangan Village, Mayangan District, Probolinggo City. The method used in this research is a qualitative research method. On a qualitative approach to obtain information with in-depth interviews informants as well as document analysis and observations to study the target market (Targeting) and product positioning (positioning). The research results show that with Having a targeted marketing strategy can help a business activity or company in delivering its products to consumers according to their wishes and the needs of each consumer. One strategy that is often used by business activists are segmentation, targeting, and positioning methods. Where is this strategy itself has also been applied in the sale of reborn shrimp paste, which was the previous starting point carry out the marketing mix.

Keywords: segmentation, targeting, and positioning.

