

ABSTRAK

Nama: Muhammad Nirwansyah, NIM: 1720310073, Judul: Analisis Strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* Terhadap Penjualan Usaha Mebel CV. Sigma Design Kudus

Tujuan yang hendak diraih dalam studi ini ialah memaparkan dan memberi ilustrasi perihal Strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* Pada Penjualan Usaha Mebel CV. Sigma Design Kudus dan aspek penunjang dan aspek penghambatnya. Dalam studi ini peneliti memakai penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang dipakai yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder dengan teknik pengumpulan data lewat observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari studi ini mengindikasikan bahwa Strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* Pada Penjualan Usaha Mebel CV. Sigma Design Kudus memuat pertama, *Segmenting* (segmentasi) berlandaskan geografi, demografi, psikografi, dan perilaku. Kedua, *targeting* dilakukan dengan membidik segmen pasar *Single Segment Concentration* yaitu segmen pasar tunggal yang paling berpotensi dan *Selective Specialization* yaitu segmen-segmen pasar khusus yang memiliki daya tarik dan keselarasan bagi perusahaan. Ketiga, *positioning* yaitu CV. Sigma Design Kudus sebagai perusahaan yang sudah memiliki pengalaman cukup lama sebagai penyedia jasa furniture harga yang terjangkau di kalangan masyarakat, dan memiliki konsumen sasaran dengan pemasukan menengah keatas dan gaya hidup konsumtif dan mewah. Ada aspek penunjang dalam implementasi strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* yang memuat keuangan perusahaan, kualitas harga, kualitas produk, aktivitas promosi, pemakaian teknologi, dan peran pedagang perantara. Aspek penghambat dalam implementasi strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* yang memuat Pemberdayaang Sumber Daya Manusia yang masih memerlukan pelatihan untuk lebih berkompeten di semua bidang dan menambah pengetahuan untuk perkembangan produk dan eksistensi pesaing, kebijakan pemerintah yang harus di patuhi, dan pemanfaatan teknologi yang kurang maksimal. Ada juga solusi yang bisa diberikan terkait adanya aspek penghambat ialah dengan mengadakan pelatihan sumber daya manusia untuk agar lebih berkompeten, dan memakai teknologi untuk menunjang aktivitas pemasaran perusahaan.

Kata Kunci: *Implementasi Strategi, Segmenting, Targeting, Positioning.*