

ABSTRAK

NAMA: Nurul Istiqomah, NIM: 212366 Dengan Judul “PENENTUAN SEGMENT, TARGET DAN POSISI PASAR PADA KONVEKSI AMALIKA JEPANG PAKIS KUDUS”.

Konveksi Amalika merupakan usaha rumahan yang bergerak di bidang fashion yaitu busana muslim dan koko. Dalam hal pengembangannya strategi yang digunakan adalah STP (Segmentasi, Target, dan positioning).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian di Konveksi Amalika Jepang Pakis Kudus. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu dari informan dan data sekunder dari dokumentasi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data bersifat deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data, reduksi data, kajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa dalam penentuan segmen pasar di konveksi amalika menggunakan tiga pola yaitu geografi, demografi dan psikologi. Segmen yang di ambil adalah semua umur dari kalangan menengah ke atas karena dinilai sangat potensial dalam memasarkan produknya. Pada *target market* konveksi Amalika mengambil tiga kota dalam memasarkan produknya yaitu Surabaya, solo dan kudus sebagai kota induk untuk kemudian dikirim lagi ke kota-kota yang ada di Indonesia. Sedangkan dalam posisi pasar produk konveksi Amalika mampu bersaing dengan konveksi lainnya.

Kata kunci : Segmentasi, Target, dan Posisi Pasar