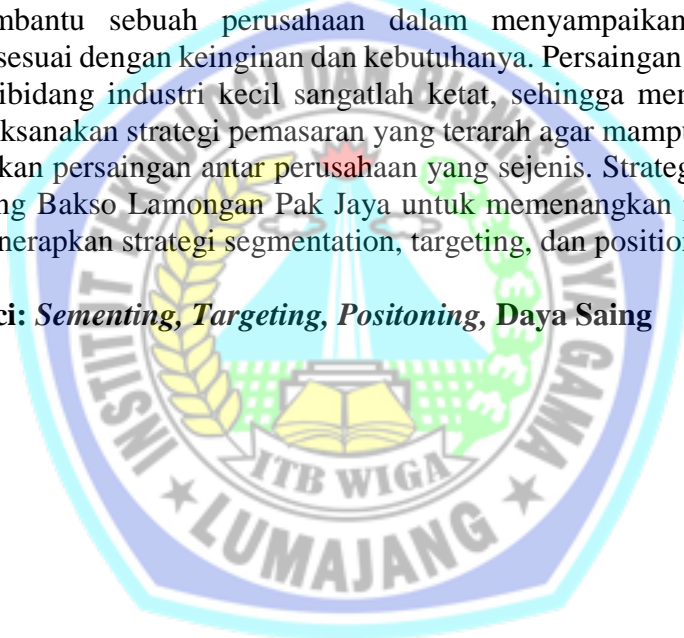


ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk tujuan meningkatkan daya saing dengan menerapkan segmentasi (*segmenting*), menentukan sasaran (*targeting*), mengetahui penempatan posisi (*positioning*). Oleh karena itu penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerapan *segmenting*, *targeting*, *positioning* dalam meningkatkan daya saing pada Warung Bakso dan Soto Asli Lamongan Pak Jaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif tentang bagaimana strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* pada Warung Bakso Lamongan Pak Jaya. Warung Bakso Pak Jaya merupakan usaha yang bergerak dibidang industri kecil. Strategi Pemasaran dari setiap perusahaan merupakan suatu rencana keseluruhan untuk mencapai tujuan yang sama tetapi strategi yang digunakan dapat berbeda-beda. Penetapan strategi yang terarah akan dapat membantu sebuah perusahaan dalam menyampaikan produk kepada konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Persaingan dalam bisnis yang bergerak dibidang industri kecil sangatlah ketat, sehingga menuntut perusahaan untuk melaksanakan strategi pemasaran yang terarah agar mampu menghadapi dan memenangkan persaingan antar perusahaan yang sejenis. Strategi yang digunakan oleh Warung Bakso Lamongan Pak Jaya untuk memenangkan persaingan adalah dengan menerapkan strategi *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*.

Kata Kunci: *Segmenting, Targeting, Positioning, Daya Saing*



ABSTRACT

The purpose of this study is to increase competitiveness by applying segmentation, determining targets (targeting), knowing the positioning (positioning). Therefore, this research is to find out how to apply segmenting, targeting, positioning in increasing competitiveness at Warung Bakso and Soto Asli Lamongan Pak Jaya. This study uses a qualitative method. This study uses a qualitative descriptive method of how segmenting, targeting, and positioning strategies at Warung Bakso Lamongan Pak Jaya are. Warung Bakso Pak Jaya is a small industry business. The marketing strategy of each company is an overall plan to achieve the same goal but the strategies used can be different. Determination of a targeted strategy will be able to assist a company in delivering products to consumers in accordance with their wishes and needs. Competition in businesses engaged in small industries is very tight, thus requiring companies to implement targeted marketing strategies in order to be able to face and win the competition between similar companies. The strategy used by Warung Bakso Lamongan Pak Jaya to win the competition is to apply segmentation, targeting, and positioning strategies.

Keywords: *Segmenting, Targeting, Positioning, Competitiveness*

