

## ABSTRAK

**Gita Oktavia** (17134031) : Implementasi Strategi STP (Segmenting, Targeting Dan Positioning) pada PT. ISM Tbk. Divisi Bogasari (Studi Kasus: PT. ISM Tbk. Divisi Bogasari Depo Padang)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Bagaimana implementasi strategi STP pada PT. ISM Tbk. Divisi Bogasari Depo Padang, (2) Faktor apa saja yang menjadi pendukung dalam implementasi strategi STP pada PT. ISM Tbk. Divisi Bogasari Depo Padang, dan (3) Faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam implementasi strategi STP pada PT. ISM Tbk. Divisi Bogasari Depo Padang. Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian observasi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah implementasi strategi STP (Segmenting, Targeting & Positioning) yang diterapkan PT. ISM Tbk. Divisi Bogasari Depo Padang sudah berjalan dengan baik, hal ini terlihat dari bagaimana Bogasari sudah mampu mengelompokkan pasar potensial, menetapkan target pasar yang menguntungkan serta memposisikan produk yang ditawarkan dengan brand image yang unggul. Dalam pengimplementasian strategi STP pada PT. ISM Tbk. Divisi Bogasari Depo Padang terdapat faktor pendukung yang menunjang kegiatan pengimplementasian strategi STP tersebut yaitu berdasarkan faktor internal, adanya tenaga salesman yang ahli dan kompeten serta program perusahaan yang memberikan keuntungan bagi konsumen, sedangkan faktor eksternalnya adalah adanya teknologi yang canggih dan komitmen customer untuk diikat dengan kontrak periode tertentu. Selain adanya faktor pendukung dalam pengimplementasi strategi STP juga terdapat faktor penghambat yaitu berdasarkan faktor internal discount harga yang diberikan sangat kecil sehingga harga produk bogasari masih selisih cukup besar dibandingkan dengan pesaing lainnya, sedangkan faktor eksternalnya adalah kurangnya dukungan dari distributor ke konsumen dan kurangnya komitmen yang diberikan konsumen.

**Kata Kunci:** Strategi Segmenting, Targeting & Positioning