

Abankirenk Creative adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif pembuatan buku tahunan sekolah. Selama hampir Sembilan tahun berjalan perusahaan tersebut mampu menjadi market leader dalam pembuatan buku tahunan sekolah di antara pesaing-pesaing baru yang bermunculan. Dengan posisi sebagai perusahaan yang "creative, innovative dan remarkable" Abankirenk Creative menjadi sebuah perusahaan yang dapat menarik dan meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan memahami bagaimana penerapan dan pengembangan strategi positioning perusahaan Abankirenk Creative di Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis data deskriptif analitis yang bertujuan untuk melihat bagaimana pengembangan positioning Abankirenk Creative di Yogyakarta. Untuk teknik pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada informan yang telah ada dalam lingkup penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penempatan posisi perusahaan tidaklah mudah melalui beberapa tahapan. Pelaksanaan program-program tersebut sudah dilaksanakan secara berkesinambungan dan berkelanjutan, artinya dilakukan secara sistematis dan berorientasi jangka panjang. Kendala-kendala yang dihadapi Abankirenk Creative dalam mencapai posisi yang sekarang ini adalah adanya perusahaan pesaing yang selalu dapat menawarkan produk dengan harga yang lebih murah, dan konsumen menjadi kurang peduli akan pentingnya kualitas yang dihasilkan. Kedepannya diharapkan Abankirenk Creative dapat melakukan pendekatan-pendekatan yang menarik serta mengedukasi konsumen dengan menggelar suatu branding activation.

Kata kunci: Strategi, positioning, perusahaan