

ABSTRAK

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

ABSTRACT

Abankirenk Creative is a company engaged in the manufacture of creative industries school yearbook. For nearly nine years of running the company to become a market leader in the manufacture of high school yearbook diatarara new competitors are emerging. With the company's position as a "creative, innovative and remarkable" Creative Abankirenk be a company that can attract and increase customer loyalty. Therefore this study aimed to describe and understand how the application and development of firms positioning strategy Abankirenk Creative in Yogyakarta. This research is a qualitative study using descriptive data analysis method that aims to see how the development Abankirenk Creative positioning in Yogyakarta. For data collection techniques, researchers conducted in-depth interviews to the informant who has been in the scope of this study. The results showed that the positioning of the company is not easy through several stages. Implementation of these programs has been conducted continuously and sustainably, meaning done in a systematic and long-term oriented. Constraints faced in achieving Creative Abankirenk this position is a competitor who is always able to offer products at cheaper prices, and consumers are becoming less concerned about the importance of the quality of the output. Future is expected to perform Abankirenk Creative approaches are attractive as well as educate consumers by holding a branding activation.

Keywords: strategy, positioning, corporate