

ABSTRAK

ANALISIS SEGMENTASI PASAR PRODUK PERUMAHAN SUBSIDI PADA PT SIGERINDO MULYA MADANI BANDAR LAMPUNG

Oleh

ROCKY NIDIANSYAH

PT Sigerindo Mulya Madani Bandar Lampung yang lebih dikenal sebagai “*Siger Property*” adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *real estate* dan *property*. PT Sigerindo Mulya Madani adalah perusahaan yang menyediakan perumahan jenis subsidi dan cluster di wilayah bandar lampung. Sejak tahun 2013 Siger Property pernah melakukan *MoU* dengan beberapa perusahaan *Developer* agar lebih menambah pengembangan usaha *real estate* dan *property* di berbagai wilayah. Berdasarkan penelitian PT Sigerindo Mulya Madani Bandar Lampung dapat disimpulkan bahwa analisis segmentasi pada produk PT Sigerindo Mulya Madani yaitu Apakah faktor daya tarik pada produk Subsidi perumahan Adena 2 dan produk Ayoedia Cluster pada PT Sigerindo Mulya Madani Bandar Lampung yang dilakukan sudah tepat dengan jenis produk yang di tawarkan kepada setiap konsumen. Hal ini dapat dilihat dari pencapaian penjualan produk subsidi dan cluster pada PT Sigerindo Mulya Madani Bandar Lampung pada tahun 2019. Adapun masalah yang dihadapi perusahaan yaitu segmentasi pasar PT. Sigerindo yang belum tepat sehingga berpengaruh pada volume penjualan pada produk Subsidi dan Cluster. Oleh karena itu PT Sigerindo Mulya Madani Bandar Lampung harus memahami lagi target pasar dari produk yang akan dipasarkan, serta kualitas daya tarik dan fasilitas layanan yang harus di dicapai untuk pelanggan agar mencapai target yang diinginkan, dan meningkatkan lagi strategi pemasaran yang efektif, efisien untuk meningkatkan layanan untuk konsumen agar merasa puas dan loyal, serta meningkatkan promosi agar produk dapat dikenal masyarakat dan mampu bersaing dengan perusahaan yang sejenis agar mencapai target penjualan yang diinginkan perusahaan.

Kata Kunci : Media Sosial, Segmentasi pasar