

ABSTRAK

Kota Bandung adalah salah satu kota yang sangat banyak memiliki tempat penginapan bagi orang-orang yang melakukan kegiatan wisata, berlibur serta melakukan kegiatan *meeting* di luar perusahaan. Tempat penginapan yang sesuai dengan keinginan pasti salah satu yang dicari dan dibutuhkan dalam melakukan kegiatan tersebut, salah satunya adalah Hotel. Hotel salah satu penginapan yang paling dicari sebagai tempat penginapan bagi orang-orang yang melakukan kegiatan wisata, berlibur serta melakukan kegiatan *meeting* di luar perusahaan mereka. Hotel memiliki peluang besar dalam proses pengembangan bisnis usaha penyediaan akomodasi yang menyediakan pelayanan penginapan serta kegiatan hiburan lainnya yang bersifat rekreatif secara komersial.

Tujuan dari penelitian ini untuk menentukan Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Analisis Pengembangan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Dan BMC (*Business Model Canvas* Pada Lingian Hotel & Convention) Tahun 2023.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif yang menceritakan dan menyampaikan situasi dan kondisi yang natural (alamiah), data yang dibutuhkan yaitu data primer dan sekunder dengan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Narasumber dari 3 informan pihak internal perusahaan

Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan dengan 3 informan penting pada Lingian Hotel & Convention mengenai *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* pada kondisi eksisting secara garis besar sudah baik dan sesuai karena Lingian Hotel & Convention mampu memenuhi *Segmenting, Targeting*, dan *Positioning* yang ada secara lengkap. Setelah itu dilakukan identifikasi yang lebih dalam lagi mengenai *Business Model Canvas* yang ditinjau melalui analisis *Segmenting, Targeting*, dan *Positioning*. Hasilnya, dari analisis *Segmenting, Targeting*, dan *Positioning* yang dilakukan Lingian Hotel & Convention dapat memenuhi 9 elemen Business Model Canvas tersebut.

Kata Kunci : *Segmentation, Targeting, Positioning, Bisnis Model Canvas, Kualitatif*

ABSTRACT

Bandung is one of the cities that has a lot of lodging places for people who do tourism activities, vacation and conduct meeting activities outside the company. Lodging that suits your wishes is definitely one that is sought and needed in carrying out these activities, one of which is a hotel. Hotel is one of the most sought-after lodging as a place of lodging for people who do tourism activities, vacation and conduct meeting activities outside their company. Hotels have a great opportunity in the process of developing the business of providing accommodation that provides lodging services and other entertainment activities that are commercially recreational.

The purpose of this study was to determine the Business Development Strategy through STP (Segmentation, Targeting, Positioning) Development Analysis and BMC (Business Model Canvas) Planning at Lingian Hotel & Convention in 2023.

The method used in this research is a descriptive qualitative method that tells and conveys natural situations and conditions (natural), the data needed are primary and secondary data with data collection techniques through observation, interviews, documentation, and triangulation. Sources from 3 internal company informants.

Based on the results of interviews conducted with 3 important informants at Lingian Hotel & Convention regarding Segmenting, Targeting and Positioning in the existing conditions are generally good and appropriate because Lingian Hotel & Convention is able to fulfill the existing Segmenting, Targeting, and Positioning completely. After that, a deeper identification of the Business Model Canvas was carried out which was reviewed through Segmenting, Targeting, and Positioning analysis. As a result, the Segmenting, Targeting, and Positioning analysis conducted by Lingian Hotel & Convention can fulfill the 9 elements of the Business Model Canvas.

Keywords: segmenting, targeting, positioning, Business Model Canvas, Qualitative