



Strategi Pemasaran XT Square

INTISARI

XT Square hadir sebagai wahana wisata belanja baru yang diinisiasi oleh pemerintah kota Yogyakarta dan dibuka pada tahun 2012. Namun hingga saat ini performa XT Square masih belum maksimal. Pedagang kerajinan dan seni di XT Square banyak yang memilih untuk menutup kiosnya karena sepi pengunjung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi strategi pemasaran XT Square dan memberikan solusi pemasaran berupa saran strategi untuk membangun bisnis XT Square yang lebih berkembang. Penelitian ini menggunakan alur analisis data *Five-phased cycle* yang diusulkan oleh Yin (2011).

Observasi dan interview secara langsung serta pengumpulan data sekunder dari berbagai sumber telah dilakukan. Temuan menyimpulkan bahwa pada tahap *planning* dan *organizing* terjadi ketidakteraturan sehingga persiapan tidak berjalan dengan baik yang pada akhirnya mempengaruhi citra *brand* XT Square. Berbagai masukan-masukan dari strategi visi, misi dan hal-hal yang bersifat terapan juga disajikan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, XT Square dan Wisata Belanja



Marketing Strategic XT Square

ABSTRACT

In 2012, The Government of Yogyakarta initiated a new destination for shopping tourism in the city. Yet up until now, it has not been proceeded well. The lack of visitors caused a lot of the crafts and arts merchants in XT Square decided to close their stalls. The purpose of this research was to explore the marketing strategy of XT Square followed up by some possible solutions in form of strategical plan to develop its business operation.

This research was conducted using the *Five-phased cycle* data analysis flow proposed by Yin (2011). Direct observations and interviews as well as secondary data collecting has been performed. From the discoveries, it could be concluded that there had been clutter planning and organization causing the preparation to run poorly and resulted in lousy brand image of XT Square. Various recommendations of strategy, vision, mission, and other applicable inputs were also presented in this research.

Keyword : Marketing Strategy, XT Square and Shopping Tourism