

ABSTRAK

Gulo pasti kasih, 2023. Analisis Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk di Toko Eiger Kota Gunungsitoli. Skripsi. Pembimbing: Yupiter Mendrofa, S.E.,M.M.

Strategi pemasaran merupakan cara pengaturan pemasaran untuk mencapai keuntungan yang terus meningkat dalam penjualan. Strategi pemasaran adalah program yang menyeluruh dari sebuah usaha, atau perusahaan dalam menentukan target pemasaran untuk memuaskan konsumen.

Toko Eiger Kota Gunungsitoli dijalankan dan beroperasi pada bagian pakaian dan perlengkapan style yang menjual berbagai produk seperti sepatu, jaket, tas, sandal, baju kemeja, celana, dan berbagai produk yang bermerek eiger. Toko Eiger kota gunungsitoli ini satu satunya toko yang berani mengambil keputusan dengan menerapkan strategi segmentasi pasar dengan sasaran kelompok kelas atas yang secara pengamatan saya kota gunungsitoli penduduknya rata rata kelas menengah kebawah. Di Kota Gunugsitoli salah satu toko yang menjual produk Eiger yang menerapkan segmentasi pasar yaitu Toko Eiger Kota Gunugsitoli yang menjual produk- produk yang dikeluarkan oleh perusahaan Eiger yaitu kareel, sandal, kaos, tenda, daypack, tas, sepatu, topi, jam tangan scarf dan produk lainnya, namun dalam penerapannya ada beberapa kendala yang menjadi hambatan dalam meningkatkan volume penjualannya. Menurut hasil observasi sementara peneliti menemukan beberapa masalah dalam penerapan strategi segmentasi pasar di toko Eiger kota Gunungsitoli yaitu dalam memilih produk yang akan dijual toko Eiger tidak memperhatikan karakteristik dan kebutuhan masyarakat kota Gunungsitoli kemudian dalam memilih produk yang akan dijual toko eiger tidak memperhatikan kelas sosial masyarakat kota gunugsitoli sehingga produk yang mereka jual jarang laku bahkan setiap harinya toko ini selalu sepi dan mengalami kerugian. Oleh karena itu peneliti menilai bahwa strategi segmentasi pasar yang diterapkan oleh Toko Eiger ini belum sepenuhnya berhasil.

Kata kunci: efektivitas strategi pemasaran, segmentasi pasar

ABSTRAK

Gulo Pasti Kasih, 2023. Analysis of Market Segmentation Strategy in Increasing Product Sales Volume at the Eiger Store, Gunungsitoli City. Thesis. Supervisor: Yupiter Mendrofa, S.E., M.M.

Marketing strategy is a way of organizing marketing to achieve continuously increasing profits in sales. Marketing strategy is a comprehensive program of a business or company in determining marketing targets to satisfy consumers.

The Gunungsitoli City Eiger Shop is run and operates as a clothing and style equipment department which sells various products such as shoes, jackets, bags, sandals, shirts, trousers and various products under the Eiger brand. The Eiger shop in the city of Gunungsitoli is the only shop that dares to make a decision by implementing a market segmentation strategy targeting the upper class group. Based on my observations, the population in the city of Gunungsitoli is generally lower middle class. In Gunugsitoli City, one of the shops selling Eiger products that applies market segmentation is the Gunugsitoli City Eiger Shop which sells products issued by the Eiger company, namely kareels, sandals, t-shirts, tents, daypacks, bags, shoes, hats, watches, scarves and other products, but in its implementation there are several obstacles that become obstacles in increasing sales volume. According to the results of temporary observations, researchers found several problems in implementing the market segmentation strategy in the Eiger shop in Gunungsitoli city, namely in choosing the products to be sold, the Eiger shop did not pay attention to the characteristics and needs of the people of Gunungsitoli city, then in choosing the products to be sold, the Eiger shop did not pay attention to the social class of the city's people. Gunugsitoli so the products they sell rarely sell, even every day this shop is always empty and suffers losses. Therefore, researchers assess that the market segmentation strategy implemented by the Eiger Store has not been completely successful.

Keywords: marketing strategy effectiveness, market segmentation.