

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti pada Toko Eiger Kota Gunungsitoli, maka dapat diambil kesimpulan dari hasil analisa penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, sebagai berikut:

1. Strategi segmentasi pasar yang dilakukan di toko eiger Kota Gunungsitoli masih belum maksimal atau masih kurang dimana toko eiger belum melakukan yang namanya pemilihan produk yang akan dijual dan juga toko Eiger tidak memperhatikan karakteristik dan kebutuhan masyarakat sekitar yang mana dalam memilih produk yang akan dijual toko eiger tidak memperhatikan kelas sosial masyarakat sehingga produk yang mereka jual jarang laku bahkan setiap harinya toko ini selalu sepi dan mengalami kerugian. Dimana kurangnya penerapan strategi segmentasi pasar yang kurang ini mengalami penurunan volume penjualan yang sangat signifikan selama 4 (empat) tahun berturut-turut antara Tahun 2020 sampai dengan Tahun 2023. Hal ini berarti Toko Eiger Kota Gunungsitoli belum menerapkan strategi segmentasi pasar yang baik pada usahanya.
2. Kendala implementasi strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan volume penjualan produk di toko eiger Kota Gunungsitoli adalah Kendala tersebut berupa belum menerapkan secara penuh yang namanya strategi segmentasi pasar yang baik antara strategi pemasaran yang diberikan penjual masih kurang serta toko ini tidak bisa membagi atau mengelompokkan pembeli yang dibedakan menurut kebutuhan, karakteristik atau tingkah laku konsumen yang membutuhkan produk yang berbeda sehingga terkadang toko eiger tidak memiliki konsumen setiap harinya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka penulis dapat memberikan saran yang bersifat membangun demi kemajuan Toko Eiger Kota Gunungsitoli berdasarkan hasil yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Peneliti sarankan kepada Toko Eiger Kota Gunungsitoli agar lebih memaksimalkan penerapan dari pada strategi segmentasi pasar untuk usahanya karena penggunaan strategi tersebut sangat membantu dalam hal perkembangan usaha dan juga strategi pemasaran melalui pemanfaatan media sosial itu sangat penting karena kebanyakan konsumen sekarang ini lebih memilih berbelanja di online dari pada langsung datang ke tokonya, sehingga dari penerapan startegi tersebut bisa membuat volume penjualan kembali meningkat.
2. Bagi perkembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan, tanpa melupakan nilai keaslian dari penelitian ini terutama dalam bidang ekonomi khususnya pentingnya strategi segmentasi pasar bagi sebuah usaha.
3. Peneliti selanjutnya, hasil penelitian diharapkan menjadi masukan dan landasan awal bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat topik tentang strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan volume penjualan produk di Toko Eiger Kota Gunungsitoli.