

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Busana Muslim (Studi Kasus Aka Grosir By Monokrom)” ini ditulisoleh Yulfita Chalimatus S, dengan Nim 17402153329 Jurusan Ekonomi Syariah, Pembimbing Dr. Muhammad Aswad. M,A.

Dalam pemasaran suatu produk seorang produsen harus tahu betul siapa sasaran konsumennya. Oleh sebab itu diperlukan strategi segmentasi pasar, serta sasaran pasar yang tepat dalam menentukan segmen pasar dan target pasar yang akan dituju agar perusahaan mampu dalam pangsa pasar tersebut.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi segmentasi pasar oleh Toko Aka Grosir By Monokrom ? (2) Apa saja sasaran pasar Toko Aka Grosir By Monokrom ? (3) Bagaimana Toko kendala yang dihadapserta solusi oleh Toko Aka Grosir By Monokrom ?. Adapun tujuan penelitian ini yaitu (1) Untuk mengetahui strategi segmentasi pasar Toko Aka Hijab By Monokrom. (2) Untuk mengetahui apa saja sasaran pasar Toko Aka Grosir By Monokrom. (3) Untuk mengetahui kendala yang dihadapi serta solusi oleh Toko Aka Hijab By Monokrom.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya studi kasus. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, sedangkan untuk menggali data lebih dalam peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap objek penelitian.

Hasil dari penelitian ini yaitu diketahui bahwa (1) Toko Aka Grosir By Monokrom melakukan strategi segmentasi pasar dengan mengelompokkan kedalam beberapa segmen diantaranya meliputi wilayah, Usia, siklus hidup dan juga jenis kelamin. (2) Untuk sasaran pasar Toko Aka Grosir By Monokrom menargetkan para remaja wanita serta pelajar muslimah. (3) Kendala yang dialami oleh Toko Aka Grosir By Monokrom yaitu penurunan penjualan ketika libur tiba karena pada sasaran produknya adalah kalangan remaja dan pelajar. Solusi yang diterapkan oleh Toko Aka Grosir By Monokrom adalah dengan memberikan diskon pada hari tertentu serta promo menarik lainnya.

Kata Kunci: Strategi, Segmentasi Pasar, Targeting, Positioning, tingkat penjualan.

ABSTRACT

Thesis entitled "Market Segmentation Strategy in Increasing Sales Volume of Muslim Clothing Products (Case Study of Wholesale By Monochrome)" was written by Yulfita Chalimatus S, with Nim 17402153329 Department of Sharia Economics, Supervisor Dr. Muhammad Aswad. M. A.

In marketing a product a producer must know very well who the target customer is. Therefore a market segmentation strategy is needed, as well as an appropriate target market in determining market segments and target markets that will be targeted so that the company is able to share that market.

The focus of this research is (1) What is the market segmentation strategy by Toko Aka Grosir By Monochrom? (2) What are the target markets of Toko Aka Grosir By Monochrom? (3) What are the store constraints faced by solutions by Toko Aka Grosir By Monochrom? The purpose of this study are (1) To determine the market segmentation strategy of Aka Hijab By Monochrom's store. (2) To find out what are the target markets of Toko Aka Grosir By Monochrom. (3) To find out the obstacles faced and solutions by Toko Aka Hijab By Monochrome.

This study uses qualitative research and the type of research is case studies. The data source used in this study is primary data, while to dig deeper data the researchers conducted in-depth interviews of the research object.

The results of this research are known that (1) Aka Grosir Shop by Monochrome conducts market segmentation strategies by grouping into several segments including regions, age, life cycle and also gender. (2) For the target market of Aka Grosir By Monkrom stores, targeting young women and Muslim students. (3) The obstacle experienced by the Aka Grosir Store by Monochrom is a decrease in sales when the holidays arrive because the target product is among teenagers and students. The solution implemented by Toko Aka Grosir By Monochrom is to provide discounts on certain days and other attractive promos.

Keywords: Strategy, Market Segmentation, Targeting, Positioning, level of sales.