BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pola akhir pembahasan skripsi ini, peneliti akan menyajikan kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan peneliti

1. Dasar menentukan segmentasi pasar Kopi Mahkota Raja Blend Doa adalah psikografis. Dalam pemasaranya Kopi Mahkota Raja Blend Doa memilih pemasaran terdiferensiasi (pemasaran dengan pembeda), Untuk jenis kopi sachet segmen yang dipilih adalah kalangan donatur atau kemitraan seperti perkantoran, percetakan dan lain sebagainya. Untuk kopi jenis biji goreng segmen yang dilayani adalah penggilingan di pasar tradisional, sedangkan segmentasi kopi bubuk segmen yang layani adalah pertokoan baik itu warung kopi atau sebagainya.
2. Saluran Kopi Mahkota Raja Blend Doa menggunakan saluran distribusi tidak langsung yang melibatkan perantara. Adapun wujud saluran distribusi Kopi Mahkota Raja Blend Doa adalah

Pabrikan — pesantren — distributor — agen — toko — konsumen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran dan Rekomendasi

1. Kopi Mahkota Raja merupakan kopi satu-satunya di Indonesia yang memiliki blend doa atau religi dengan segmantasi yang membidik penggilingan, pertokoan dan donatur atau kemitraan. Apabila segmentasi diperluas dengan membidik supermarket, seperti Alfamart, Indomart dll, dengan mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam, maka akan lebih respect dengan sesuatu yang didoakan mendapatkan keberkahan seperti Kopi Mahkota Raja Blend Doa
2. Dalam saluran distribusi Kopi Mahkota Raja Pondok Pesantren Mukmin Mandiri lebih memperhatikan alur saluran distribusi dengan pembuatan bagan atau flow chat yang nantinya akan di display di setiap produksi untuk menambah pengetahuan proses produksi kopi hingga sampai ke tangan konsumen.
3. Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kelemahan-kelemahan yang belum tercover dalam pembahasan skripsi ini. Untuk itu, penulis berharap agar suatu saat peneliti ini dapat dikembangkan dengan cakupan yang lebih spesifik.

C. Keterbatasan Peneliti

Keterbatasan utama dalam peneliti ini adalah kurangya informasi dan data tentang saluran distribusi Kopi Mahkota Raja Blend Doa tidak memberikan gambaran secara terbuka. Sehingga peneliti terkendala saat pencarian data. Jumlah marketing yang sangat terbatas juga merupakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kendala bagi peneliti dalam menggali informasi, dengan hal itu peneliti ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk peneliti berikutnya diharapkan dapat mengeksplor lebih banyak data untuk segmentasi pasar dan saluran distribusi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id