

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Dari hasil pembahasan mengenai penerapan Strategi Pemasaran Warung Kopi Delima di Mallusetasi Kota Parepare, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Segmentasi pasar dalam penerapan strategi pemasaran Warung Kopi Delima di Mallusetasi Kota Parepare yaitu:
  - a. Menu yang disajikan bervariasi.
  - b. Produk yang disajikan mempunyai perbedaan dengan warung kopi lain.
  - c. Harga produk sangat rendah.
  - d. Mengetahui selera konsumen.

Pada segmentasi pasar Warung Kopi Delima tidak menggunakan prinsip ekonomi Islam, namun tetap berpedoman pada ajaran Islam yaitu produk yang halal dikonsumsi.

2. Target pasar dalam penerapan strategi pemasaran Warung Kopi Delima di Mallusetasi Kota Parepare yaitu:
  - a. Target konsumen adalah pegawai kantor sekitar warung kopi tersebut.
  - b. Menurunkan harga untuk menambah daya tarik konsumen untuk berkunjung di warung kopi tersebut.
  - c. Mempertahankan kualitas dari produk yang ditawarkan kepada pelanggan untuk menjaga kestabilan pendapatan pada pelanggan yang sering berkunjung.

Pada target pasar Warung Kopi Delima menggunakan dua prinsip Islam yaitu prinsip keadilan dan prinsip kebebasan, dimana prinsip keadilan yaitu

owner bersikap adil dengan karyawan dan juga terhadap target atau konsumen. Dan prinsip kebebasan yaitu owner dan juga karyawan dari warung kopi tersebut bisa berkreasi/bebas baik itu dalam menawarkan produk maupun membuat produk/menu akan tetapi secara persaingan sehat tanpa adanya orang ataupun warup lain yang merasa dirugikan.

3. Posisi pasar dalam penerapan strategi pemasaran Warung Kopi Delima di Mallusetasi Kota Parepare yaitu:
  - a. Letak Warung Kopi Delima sudah sangat baik karena berada di tengah keramaian yaitu di keluaran Mallusetasi yang berdampingan dengan perusahaan swasta, kos-kosan dan pusat perbelanjaan.
  - b. Tempat sudah sangat strategis, dimana pengunjung sebagian besar adalah karyawan swasta dan lokasi tersebut sangat cocok digunakan sebagai tempat untuk beristirahat pada jam kerja, di tambah dengan masjid yang sangat dekat dengan warung kopi tersebut.

Pada posisi pasar Warung Kopi Delima tidak menggunakan prinsip Islam. Namun tetap berpedoman pada ajaran Islam yaitu dengan memanfaatkan lahan sebagai bentuk usaha dan dapat membawa kemaslahatan bagi masyarakat, karyawan dan warung kopi itu sendiri.

## **B. Saran**

Ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan sebagai sumbangsih pemikiran dan bahan masukan bagi Warung Kopi Delima di Mallusetasi Kota Parepare, yaitu sebagai berikut:

1. Pada dasarnya strategi pemasaran yang diterapkan oleh Warung Kopi Delima sudah baik dan sudah dapat membedakan dari produk para pesaing. Namun perlu

adanya inovasi terus menerus karena seiring dengan banyaknya pesaing warung kopi yang melakukan hal yang sama seperti yang telah dilakukan Warung Kopi Delima pada saat ini dalam mengkomunikasikan produknya.

2. Memperluas kegiatan pemasaran atau promosi dengan banyak bekerja sama dengan komunitas-komunitas pada saat mengadakan event-event agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas.
3. Dari sisi tempat atau lokasi yang digunakan oleh Warung Kopi Delima sudah sangat strategis, akan tetapi agak sedikit sempit oleh karena itu sebaiknya ada penambahan banner atau tulisan dari jalan raya tentang lokasi warung kopi tersebut.

