

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang sebelumnya dilakukan oleh pengerajin tempe, terdiri atas tanpa bahan pengawet; menawarkan variasi kemasan; harga khusus pelanggan tetap dan grosir; memiliki kios sendiri; melakukan penjualan langsung di tempat produksi. Sehingga dianggap belum mengoptimalkan pemasaran tempe saat ini. Maka diperlakukan penerapan strategi yang lebih tetap sesuai dengan hasil penelitian, yaitu membuat variasi kemasan yang beragam; inovasi pada produk; penggunaan merek; meningkatkan kualitas pelayanan; pemberian bonus produk; pembelian dengan nominal harga yang fleksibel.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi penjualan tempe meliputi kualitas produk, penetapan harga, saluran distribusi, dan cara promosi. Kualitas dan harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat menjadi faktor utama dalam menarik konsumen, sementara promosi yang masih sederhana membatasi jangkauan pasar.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran antara lain sebagai berikut :

1. Bagi pengerajin tempe harus memperhatikan strategi pemasaran yakni meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, variasi kemasan dan ukuran yang beragam, dan menambahkan inovasi produk, penggunaan merk pada produk, meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan terhadap konsumen untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik konsumen yang lain, memperluas pangsa pasar.