

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian baik itu dari hasil angket yang di berikan kepada para pengusaha *home industri* tempe serta wawancara, dengan para pengusaha *home industri* tempe, kemudian pengamatan langsung dari obyek penelitian maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dilakukan oleh para pengusaha *home industri* tempe masih dengan cara tradisional tanpa ada pengembangan pemasaran, baik dari segi produk (*product*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), dan harga (*price*).
2. Faktor pendukung dari adanya *home industri* tempe yang ada di Kecamatan Sabak Auh adalah tempe merupakan salah satu makanan tradisional yang bebas dari zat kimia, tanpa bahan pengawet dan merupakan salah satu makanan yang kaya akan protein serta mengandung banyak gizi yang dapat tahan hingga 3 hari. Selanjutnya, tempe merupakan makanan tradisional yang disukai oleh orang dari kalangan bawah serta kalangan atas, dan dari cara pembuatannyapun tidak menggunakan alat teknologi yang canggih/modern. Sedangkan faktor penghambatnya adalah terbatasnya ketersediaan bahan baku kedelai, karena bahan baku yang digunakan adalah kedelai impor dari Malaysia, hambatan lain yang dihadapi oleh para pengusaha *home industri* tempe adalah modal yang digunakan untuk pengembangan usaha *home industri* tempe, serta tidak adanya pengetahuan tentang pemasaran yang dimiliki oleh para pengusaha

home industri tempe yang ada di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura.

3. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dijalankan oleh para pengusaha *home industri* tempe yang ada di Kecamatan Sabak Auh dapat disimpulkan bahwa dari produk yang di hasilkan oleh *home industri* tempe di Kecamatan Sabak Auh tidak adanya indikasi larangan atau keharaman. Selanjutnya dari segi harga produk yang ditawarkan kepada konsumen dapat dijangkau oleh konsumen. Pada aspek tempat atau distribusi yang dilakukan oleh para pengusaha *home industri* tempe yang ada di Kecamatan Sabak Auh dalam memasarkan produknya lebih mengutamakan lokasi atau tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Kemudian dari segi promosi yang dilakukan oleh para pengusaha tempe yang ada di Kecamatan Sabak Auh kurang maksimal dan optimal terhadap promosi yang dilakukan, sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa Strategi Bauran Pemasaran (*marketing mix*) pada *home industri* tempe di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura belum sepenuhnya sesuai dengan tinjauan ekonomi Islam.

B. Saran

1. Sebaiknya para pengusaha *home industri* tempe hendaknya perlu menyempurnakan kegiatan pemasaran, sehingga masyarakat luas lebih mengetahui dan dapat menikmati produk tempe yang di produksi oleh *home industri* di Kecamatan Sabak Auh.

2. Para pengusaha *home industri* tempe hendaknya mencari solusi agar kedelai lokal yang biasanya bila digunakan hasilnya tidak bagus dan cepat busuk, sehingga dengan adanya solusi tersebut bisa digunakan.
3. Dinas perindustrian dan perdagangan hendaknya tanggap dan lebih memperhatikan serta membantu dalam hal membantu kredit modal, memberikan pelatihan tentang proses pemasaran, serta dalam membuat perizinan surat izin usaha.