

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada evaluasi strategi bauran pemasaran 4P teh di Dusun Tritis Kalurahan Ngargosari, Samigaluh, Kulon Progo, maka dapat disimpulkan bahwa

1. Strategi bauran pemasaran teh yang diterapkan di Dusun Tritis, beberapa temuan penting muncul. Pertama, meskipun produk teh memiliki bahan baku unggul dan beragam jenis, kemasan yang kurang baik menurunkan daya tarik dan meningkatkan risiko kerusakan. Kedua, harga produk relatif stabil dan terjangkau, namun kurangnya pengelolaan harga yang tepat dapat mengurangi daya saing produk. Ketiga, meskipun lokasi Dukuh Tritis memiliki potensi sebagai destinasi wisata yang menarik, peningkatan fasilitas dan infrastruktur diperlukan untuk meningkatkan daya tarik dan kenyamanan pengunjung. Keempat, promosi produk teh belum optimal dilakukan secara offline maupun online. Dengan demikian, untuk meningkatkan penjualan dan daya saing produk teh dari Dusun Tritis, perbaikan strategi produk, harga, tempat, dan promosi menjadi perlu dilakukan.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT, ditemukan bahwa strategi Agresif memiliki potensi besar untuk meningkatkan pemasaran teh di Dusun Tritis. Lokasi yang merupakan tempat wisata dapat dimanfaatkan untuk promosi produk teh kepada wisatawan. Ketersediaan bahan baku berkualitas, rasa khas, dan diversifikasi produk menjadi kekuatan untuk menarik minat konsumen. Selain itu, daya tahan produk yang baik menjadi keunggulan kompetitif di pasar yang semakin ketat. Dengan menerapkan Strategi Agresif, diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk teh lokal dan memperluas pangsa pasar.
3. **Saran**

Dengan adanya penelitian ini, petani diharapkan untuk meningkatkan kualitas SDM dalam pemasaran, pelatihan digital secara

berkala, dan kerjasama dengan dinas pemasaran berkelanjutan adalah langkah penting. Kebijakan organisasi yang mendukung pengembangan SDM dan evaluasi dampak strategi harus menjadi prioritas.