

## BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Premium Tea LUGU's mengoptimalkan ketersediaan dan kualitas bahan baku melalui sistem rotasi panen, standar mutu pucuk teh, standar operasional ruang produksi dan *packaging*. Proses produksi *loose tea* mencapai kapasitas 485,24 kg per bulan dengan perbedaan waktu proses *black tea* selama 27,1 jam, *green tea* selama 12,8 jam, dan *white tea* selama 2,5 jam. Strategi pemasaran mencakup 4P, menawarkan *loose tea* (*black tea*, *green tea*, dan *white tea*) dalam kemasan ritel dan curah dengan rentang harga Rp15.000 – Rp2.500.000. Saluran penjualan meliputi platform *online* dan *offline*. Pengembangan pemasaran digital pada agroindustri ini masih diperlukan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.
2. Berdasarkan hasil analisis nilai tambah, pengolahan pucuk teh menjadi *loose tea* oleh Premium Tea LUGU's menghasilkan nilai tambah positif untuk ketiga jenis produk, yaitu sebesar Rp23.040/kg *black tea*, Rp41.124/kg *green tea*, dan Rp179.447/kg *white tea*. *White tea* merupakan produk dengan keuntungan tertinggi, sebesar Rp176.854/kg. Keuntungan per kilogram untuk *black tea* dan *green tea* masing-masing adalah Rp23.018 dan Rp41.095. Margin dialokasikan untuk pendapatan tenaga kerja, biaya input lain, dan keuntungan agroindustri, dengan alokasi terbesar pada biaya sumbangan input lain dan terkecil pada pendapatan tenaga kerja.

### B. Saran

Berdasarkan penelitian, maka saran yang dapat disampaikan:

1. Premium Tea LUGU' disarankan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran digital dengan memperbaiki konsep unggahan media sosial khususnya konten produk, memperbarui tampilan dan mempromosikan *marketplace* secara aktif, dan membuat kemasan berbahasa Inggris untuk menarik konsumen dari luar negeri.

2. Berdasarkan analisis nilai tambah, *white tea* berpotensi menjadi produk unggulan dengan keuntungan yang besar dan menjadi produk yang paling banyak diminati oleh konsumen. Sehingga agroindustri lebih baik meningkatkan produksi *white tea* diiringi dengan membangun merek yang kuat, mempertahankan kualitas produk, dan mengembangkan produk sesuai tren pasar.
3. Bagi penelitian selanjutnya agar dapat merumuskan strategi pengembangan usaha yang komprehensif untuk keberlanjutan agroindustri, melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk setiap produk guna pengembangan pasar yang lebih efektif, dan melakukan analisis terhadap dampak sosial yang diberikan oleh agroindustri ini dalam pemberdayaan masyarakat.

