

# STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK TEH CELUP HERBAL BUNGA TELANG DI CV MAMIGUS RESTU BAGUS

Oleh:  
Dimas Nugroho Waluyo

## Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi bauran pemasaran 7P terdiri dari, produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) produk teh celup herbal bunga telang dan mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk teh celup bunga telang di CV Mamigus Restu Bagus berdasarkan hasil perbaikan terhadap bauran pemasaran 7P. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang dilaksanakan pada bulan Januari hingga bulan Juli 2023. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*. Pengambilan responden menggunakan *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder sebagai data pendukung. Data yang terkumpul melalui FGD (*fokus grup discussion*) dengan informan pihak internal perusahaan dan observasi secara langsung pada perusahaan kemudian dideskripsikan dengan metode deskriptif kualitatif. Sedangkan data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan metode kuantitatif menggunakan analisis SWOT. Hasil analisis data menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk teh celup herbal bunga telang berdasarkan hasil perbaikan terhadap bauran pemasaran 7P pada produk teh celup herbal bunga telang adalah: mengoptimalkan pemasaran dan promosi di *marketplace* dan media sosial, mempertahankan kualitas produk, kemasaran produk dan penampilan produk untuk menarik konsumen serta menambah relasi serta menjalin suatu kemitraan dengan reseller. Strategi ini yang akan direkomendasikan ke CV Mamigus Restu Bagus untuk diimplementasikan untuk meningkatkan penjualan produk teh celup herbal bunga telang.

*Kata kunci : Bauran Pemasaran , SWOT, Teh Celup Herbal Bunga Telang*