

V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penjelasan hubungan antara strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran yang terdapat pada CV. Dewa Ruci Gemilang yang telah dirumuskan pada hipotesis kemudian mendapati kesimpulan berikut:

1. CV. Dewa Ruci Gemilang, perusahaan pemasaran minyak kayu putih di Jawa Timur, menerapkan strategi pemasaran efektif dengan memperhatikan komponen pemasaran 7P. Mereka fokus pada produk dengan fitur unik, kualitas tinggi, branding kuat, dan kemasan menarik. Pelayanan pelanggan yang baik juga menjadi fokus perusahaan. Dalam harga, CV. Dewa Ruci Gemilang mempertimbangkan biaya bahan baku, tenaga kerja, pemasaran, dan promosi untuk menentukan harga jual yang kompetitif. Mereka memilih strategi harga yang sesuai dengan positioning produk, diskon, dan fleksibilitas pembayaran. Untuk saluran distribusi, CV. Dewa Ruci Gemilang menggunakan penjualan langsung melalui toko fisik dan online, bekerja sama dengan distributor, agen penjualan, toko obat, supermarket, dan apotek. Mereka juga mempertimbangkan ekspor. Dalam promosi, CV. Dewa Ruci Gemilang menggunakan iklan cetak, televisi, radio, dan media sosial. Mereka juga melakukan pemasaran langsung, melibatkan influencer, ahli kesehatan, serta berpartisipasi dalam pameran dan acara komunitas. Dengan strategi pemasaran ini, CV. Dewa Ruci Gemilang berhasil meningkatkan kesadaran merek, membangun citra merek yang kuat, dan meningkatkan penjualan minyak kayu putih mereka

2. Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran di CV Dewa Ruci Gemilang. Faktor-faktor seperti produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik secara kolektif mempengaruhi keberhasilan upaya pemasaran perusahaan. Produk yang unggul dan berkualitas tinggi, harga yang sesuai dengan nilai yang ditawarkan, tempat yang strategis dan mudah diakses, promosi yang efektif, karyawan yang terlatih dengan baik, proses pemasaran yang efisien dan adaptif, serta bukti fisik yang menarik dan mencerminkan kualitas, semuanya berkontribusi pada peningkatan kinerja pemasaran CV Dewa Ruci Gemilang. Dengan memperhatikan dan mengoptimalkan strategi pemasaran ini, perusahaan dapat memperkuat citra merek, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mencapai hasil yang lebih baik dalam pasar minyak kayu putih.
3. Hasil penelitian terhadap CV Dewa Ruci Gemilang mengungkapkan implikasi penting dalam pengembangan perusahaan. Produk yang unggul dan berkualitas tinggi memiliki potensi untuk membedakan perusahaan, meningkatkan citra merek, dan memperoleh kepercayaan konsumen. Harga yang tepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memengaruhi keputusan pembelian. Saluran distribusi yang efektif mempermudah akses konsumen dan meningkatkan kemungkinan pembelian. Promosi yang baik membangun citra merek positif, meningkatkan penjualan, dan mendorong pembelian impulsif. Karyawan terlatih memberikan layanan berkualitas, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dan meningkatkan kepuasan serta kesetiaan pelanggan. Proses yang baik dan terstandarisasi

memastikan kualitas produk dan layanan tinggi, meningkatkan efisiensi operasional, dan menjaga konsistensi merek dalam komunikasi pemasaran. Faktor fisik seperti fasilitas yang bersih dan menarik juga memberikan kesan positif kepada pelanggan. Dengan mempertimbangkan implikasi ini, CV Dewa Ruci Gemilang dapat mengoptimalkan pengembangan perusahaan dan mencapai kinerja pemasaran yang lebih baik.

5.2 Saran

Beberapa hal yang dapat dijadikan suatu saran atau rekomendasi terhadap pihak yang terkait dalam penelitian khususnya memerhatikan terhadap indikator yang memiliki nilai pengaruh tinggi pada masing-masing variabel karena hal tersebut menjadikan signifikansi terhadap kinerja pemasaran yang terdapat pada CV Dewa Ruci Gemilang. CV Dewa Ruci Gemilang dapat mengoptimalkan pengembangan perusahaan dengan meningkatkan kualitas produk, menetapkan harga yang sesuai, memperbaiki saluran distribusi, mengembangkan strategi promosi yang efektif, investasi dalam pelatihan karyawan, memastikan proses operasional yang baik, dan memperhatikan aspek fisik. Dengan menerapkan saran ini, perusahaan dapat meraih kesuksesan dalam pasar yang kompetitif.

Sedangkan bagi peneliti selanjutnya dapat memvalidasi terhadap indikator yang tidak dipakai dalam strategi pemasaran karena tereliminasi untuk diteliti lebih lanjut.