

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada CV Dhonojoyo, ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi Internal dan Eksternal: Kekuatan CV Dhonojoyo terletak pada reputasi merek Yanmar, efisiensi mesin, dan layanan 3S. Namun, perusahaan terhambat ketiadaan unit fisik dan harga premium. Peluang muncul dari tingginya kepercayaan petani pada teknologi Jepang, sedangkan ancaman utama adalah kompetitor Cina berharga murah serta ketatnya kebijakan kredit perbankan.
2. Alternatif Strategi Prioritas: Strategi prioritas utama mencakup Edukasi Nilai untuk merasionalisasi harga dan Pendampingan Administrasi (*Leasing Support*) guna mengatasi hambatan kredit. Strategi pendukung meliputi pemanfaatan visualisasi digital sebagai alternatif representasi unit fisik dan Diferensiasi Kualitas untuk menjaga loyalitas konsumen.
3. Integrasi Strategi dalam 7P: Implementasi dilakukan melalui: varian produk 26–105 HP (*Product*); simulasi keekonomian (*Price*); metode "Jemput Bola" di Desa Ngeni, Nglegok, dan Garum (*Place*); video demonstrasi digital (*Promotion*); pembentukan tim Leasing Support (*People*); layanan One-Stop Service (*Process*); serta akselerasi pengadaan unit display (Physical Evidence).

5.2 Saran

1. Bagi CV Dhonojoyo: Untuk jangka pendek, Segera mengadakan unit display fisik di ruang pameran untuk membangun kepercayaan visual, serta membentuk tim Leasing Support. Untuk jangka panjang memperkuat jaringan distribusi melalui titik distribusi logistik di wilayah strategis.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya: Disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak strategi 7P terhadap volume penjualan, serta melakukan studi komparatif kepuasan pelanggan antara merek Yanmar dan kompetitor.