

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisa pada target penjualan yaitu diantara faktor internal berupa Depot Galih *Water* memberikan pinjaman galon kepada konsumen dan Depot Galih *Water* kurangnya pemanfaatan media sosial dalam melakukan promosi. Dan faktor eksternal berupa Depot Galih *Water* memberikan kesempatan masyarakat untuk menjadi *reseller*, adanya pesaing yang mulai bermunculan.
2. Hasil analisis metode SWOT dan QSPM maka didapatkan urutan strategi berdasarkan nilai TAS yaitu memperbanyak kerjasama dengan reseller dan menggunakan teknologi sistem *reverse osmosis* dalam pengolahan air minum. (SO), meningkatkan promosi dengan melakukan kerja sama dengan *reseller* dan meningkatkan penjualan dengan menjadikan UKM serta warung makan menjadi pelanggan (WO), memberikan pinjaman galon yang lebih banyak kepada konsumen dan merawat mesin dan melakukan evaluasi untuk menjaga kualitas air minum galih *water* (ST), dan menggunakan media sosial khusus untuk berjualan dan membuat pembaharuan kemasan yang lebih bagus dan menarik (WT)

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari peneliti, maka terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat bermamfaat dan digunakan untuk pengembangan Depot Galih *Water*, yaitu:

1. Depot Galih *Water* diharapkan tetap menjaga kualitas air minumnya dengan terus melakukan evaluasi agar tetap unggul.
2. Depot Galih *Water* juga diharpkan dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan maksimal dengan mengikuti perkembangan *modern*, yaitu dengan penggunaan media sosial sebagai promosi sehingga dapat bersaing dengan pesaing lain.
3. Depot Galih *Water* harus selalu memberikan pelayanan yang baik dan cepat dan membuat pembaharuan kemasan yang lebih bagus dan menarik agar konsumen membeli lebih banyak dari biasanya.

