

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Untuk menganalisis cara meningkatkan volume penjualan terhadap ikan hias dengan menggunakan metode SWOT

Cara ada faktor internal berupa kekurangan yang dapat menimbulkan penyebab penurunan volume penjualan : kurangnya promosi dan harga ikan hias dengan pesaing relatif sama dan ada faktor eksternal sebagai ancaman : adanya kenaikan harga yang disebabkan harga jual ikan hias ikut naik, munculnya banyak pesaing disekitar.

2. Untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran menggunakan metode QSPM

Alternatif strategi yang didapatkan dari tahapan QSPM ialah UKM Aquascape harus menerapkan strategi perbaikan dengan score paling besar untuk QSPM strategi S-O didapatkan 6,91 dengan analisis strategi terus melakukan inovasi baru terhadap produk, QSPM strategi S-T didapatkan 5,6 dengan analisis strategi membangun kerja sama dengan pihak lain, QSPM strategi W-O didapatkan 5,68 dengan analisis strategi membuat sistem promosi yang lebih tepat lagi, QSPM strategi W-T dengan total nilai paling kecil yaitu 5,22 dengan analisis strategi meningkatkan kualitas ikan hias supaya dapat bersaing dengan kompetitor. Dengan menggunakan hasil dari metode perbaikan QSPM UKM Aquascape dapat menentukan strategi apa yang harus di dahulukan untuk dilakukan perbaikan score dari tiap-tiap alternatif strategi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari peneliti yang telah selesai, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan untuk pengembangan UKM Aquascape, berikut beberapa saran :

1. UKM Aquascape membuat potongan harga supaya konsumen membeli lebih

banyak dair biasanya

2. UKM Aquascape diharapkan tetap menjaga kualitas ikan hias supaya tetap unggul dari kompetitor
3. UKM Aquascape diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal dengan mengikuti perkembangan modern, yaitu dengan menggunakan media sosial lebih sering lagi, sehingga dapat bersaing dengan kompetitor.

