

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data SWOT Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Volume Penjualan pada Pabrik Air Minum dalam kemasan We'mon di Kabupaten Malaka maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kondisi internal yang bernilai 4 untuk faktor kekuatan dan 2,340361 untuk faktor kelemahan. Sedangkan untuk kondisi eksternal faktor peluang bernilai 4 dan faktor ancaman bernilai 2,661442. Hasil ini menunjukkan bahwa Volume Penjualan pada Pabrik Air Minum dalam kemasan We'mon di Kabupaten Malaka dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal posisi usaha air minum relative kuat.
2. Kondisi Volume Penjualan pada Pabrik Air Minum dalam kemasan We'mon di Kabupaten Malaka berada pada kuadran I. Hal ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan dimana usaha air minum memiliki kekuatan sehingga dapat meraih beberapa peluang yang ada sehingga dapat memungkinkan untuk terus mengembangkan usahanya secara maksimal.

5.2 Saran

Usulan strategis yang dapat digunakan ataupun diterapkan dalam kondisi untuk meningkatkan Volume Penjualan pada Pabrik Air Minum dalam kemasan We'mon di Kabupaten Malaka adalah:

1. Untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan atau konsumen. Pabrik Air Minum dalam kemasan We'mon di Kabupaten Malaka harus terus menjaga kualitas.
2. Pabrik Air Minum dalam kemasan We'mon di Kabupaten Malaka harus terus menjalin hubungan yang baik dengan konsumennya agar bisa menjamin loyalitas konsumennya.
3. Untuk meningkatkan Volume Penjualan pada Pabrik Air Minum dalam kemasan We'mon di Kabupaten Malaka harus memaksimalkan kuantitas produksi dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada seperti meningkatkan promosi produknya melalui media-media masa yang ada baik media cetak maupun melalui media sosial.
4. Pabrik Air Minum dalam kemasan We'mon di Kabupaten Malaka sebaiknya mengikuti terus perkembangan pasar sehingga mampu bertahan dalam persaingan.