BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan Analisis Kelayakan bisnis ikan koi pada UD. Duta Koi Sejahtera dikatakan layak dan sangat berpotensial dilihat dari aspek anaslisis kelayakan meliputi aspek pemasaran menggunakan promosi melalui media online, aspek teknis didukung oleh operasional ikan koi, Proses manajemen ini tergambar dari masing-masing yang ada dalam pembangunan bisnis dan manajemen dalam operasi yang dimiliki UD. Duta Koi masih belum memiliki izin pajak meskippun sudah berjalan lama. Pada aspek finan sial terdiri dari NPV sebesar 1,827,733,744 nilai NPV > 0 bernilai positif yang berarti bisnis ikan koi layak untuk dijalankan, investasi yang dilakukan layak karena IRR 166 %>1, hasil perhitungan nilai B/C Ratio ikan koi adalah 890,389,431 > 1 berarti layak untuk dijalankan dan Invests waktu yang diperlukan untuk mengembalikan modal yang telah digunakan layak usaha dilakukan.waktu yang diperlukan waktu pengembalian 1 tahun
2. Pada strategi pengembangan UD. Duta Koi menggunakan srategi utama dalam perumusan strategi rencana strategi pengembangan yaitu perhitungan hasil QSPM yang telah dianalisis, diperoleh nilai 5.96 untuk strategi melakukan komunikasi dengan memberikan informasi mengenai jenis dan jumlah ketersediaan ikan serta hubungan baik serta menjaga loyalitas kepada konsumen yang dimiliki menjadi strategi utama yang dapat digunakan UD. Duta Koi. Setiap *customer service* memiliki group yang didalamnya adalah konsumen yang telah membeli ikan dari group itulah dijadikan media promosi stok ikan dan separuh dari konsumen yang dimiliki akan datang membeli kembali ikan. Setelah hubungan baik telah dijaga duta koi dapat melakukan

strategi kedua dengan perolehan nilai 5.86 strategi penetrasi pasar sebagai strategi utama dari empat alternatif strategi yang ada yaitu strategi penetrasi pasar, pengembangan produk, integrasi kebelakang dan integrasi horisontal. Strategi penetrasi pasar adalah strategi yang memerlukan usaha-usaha untuk meningkatkan *market share* Duta Koi melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih besar.

5.2 Saran

1. Untuk meningkatkan jumlah ketersediaan perlu dukungan secara teknis melalui sarana dan prasarana maupun administrasi melalui sistem manajemen yang baik.
2. Meningkatkan *market share* melalui peningkatan aktifitas pemasaran secara online.
3. Perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang “Analisis Usaha dan Strategi Bisnis Ikan Koi Pada Duta Koi” dengan metodologi yang berbeda dan pengembangan dalam keterbaruan penelitian yang akan datang