

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil perhitungan penerimaan usaha agroindustri sari Apel *Adam's Apple* paling besar yaitu pada tahun 2011 sebesar Rp.516.561.000 per tahun dengan penjualan 9.078 unit dus sari apel ukuran 140 ml dan sari apel ukuran 500 ml sebanyak 2.764 unit dus dan keuntungan yang diperoleh pada tahun 2011 yaitu sebesar Rp.201.834.930 per tahunnya.
2. Berdasarkan analisa kelayakan usaha agroindustri sari apel didapatkan nilai NPV Rp. 194.032.106 (positif), IRR 71% (lebih besar dari *discount rate*), B/C ratio 5,68 (lebih besar dari 1), PBP selama 3,26 tahun. Kesemua kriteria tersebut menunjukkan pengembangan usaha sari apel produksi *Adam's Apple* layak untuk dilaksanakan.
3. Berdasarkan analisis lingkungan internal agroindustri sari apel produksi *Adam's Apple* diperoleh hasil bahwa yang menjadi kekuatan utama dari agroindustri adalah kemudahan dalam memperoleh bahan baku serta memiliki pabrik pengolahan sendiri dan lab penelitian sendiri. Sedangkan yang menjadi kelemahan utama dari agroindustri adalah teknologi sederhana dan pemasaran belum intensif. Kemudian berdasarkan analisis lingkungan eksternal agroindustri sari apel produksi *Adam's Apple* diperoleh hasil bahwa yang menjadi peluang utama dari agroindustri adalah perkembangan teknologi yang semakin maju dan peningkatan masyarakat yang sadar akan kesehatan. Sedangkan yang menjadi ancaman utama bagi agroindustri adalah banyaknya pesaing produk sejenis serta adanya produk substitusi.
4. Berdasarkan analisis faktor penentu keberhasilan agroindustri dengan menggunakan matrik IE maka posisi agroindustri sari apel produksi *Adam's Apple* terletak pada kuadran kelima yang berarti agroindustri sari apel produksi *Adam's Apple* dalam kondisi pertumbuhan (*Growth*) karena memiliki skor matrik internal sebesar 2,74341 dan skor matrik eksternal sebesar 2,37024. Pada posisi ini strategi yang tepat untuk diterapkan adalah dengan memperluas pasar, fasilitas produksi dan teknologi melalui

pengembangan internal maupun eksternal melalui joint venture dengan perusahaan lain dalam industri yang sama. Dalam matrik SWOT strategi Dapat diketahui bahwa salah satu strategi yang dapat digunakan agroindustri adalah strategi SO yaitu strategi yang memaksimalkan kekuatan agroindustri untuk memanfaatkan peluang yang ada. Alternatif strategi tersebut antara lain memperluas pangsa pasar, meningkatkan kapasitas produksi, meningkatkan penjualan produk, menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta menetapkan harga jual produk yang terjangkau.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis saran dapat diberikan yaitu :

Untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan usaha agroindustri sari apel produksi *Adam's Apple* dimasa mendatang maka disarankan bagi pihak agroindustri sebaiknya perlu memperluas wilayah pemasaran sari apel yaitu dengan *segment customer* ke arah usia 50 tahun ke atas , karena apel yang digunakan untuk membuat sari apel ini adalah sari apel organik sehingga memiliki keunggulan orientasi pada kesehatan dimana pada umur 50 tahun ke atas umumnya rentan terhadap berbagai penyakit. Sehingga sari apel ini bisa di pasarkan di daerah rumah sakit maupun puskesmas. Selain itu agroindustri sebaiknya perlu meningkatkan promosi pemasaran hal ini dimaksudkan agar produk dapat diterima oleh masyarakat. Agar produknya sampai ke tangan konsumen maka perlu informasi yang jelas melalui media periklanan seperti media cetak maupun website online. Sehingga kejelasan informasi pada segmen pasar terhadap produk sari apel yang diiklankan dapat menghasilkan tanggapan yang positif dari konsumen dan tentunya agroindustri sari apel akan mendapat keuntungan