

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai tambah merupakan presentase hasil penambahan nilai dalam proses pengolahan apel menjadi produk teng-teng apel. Nilai tambah yang dihasilkan produk teng-teng apel Hilwa Nusantara yaitu untuk setiap satu kali produksi adalah Rp. 253.837,78 dengan rasio nilai tambah 32% yang berarti nilai tambah produk teng-teng apel termasuk dalam rasio nilai tambah sedang karena memiliki rentang di antara 15%-40%.
2. Faktor strategis kekuatan internal “Teng-teng apel Hilwa Nusantara” yaitu: ketersediaan bahan baku, memiliki suplier tetap, produk berkualitas, lokasi produksi strategis, memiliki karyawan tetap, keuntungan produksi, manajemen keuangan, dan menjadi satu-satunya agroindustri pengolah teng-teng apel. Sedangkan faktor strategi kelemahan internal yaitu: promosi produk belum optimal, area pemasaran terbatas, kemasan produk masih sederhana, tidak ada seleksi ketat karyawan, dan pembagian tugas karyawan. Untuk faktor strategis peluang “Teng-teng apel Hilwa Nusantara” adalah: dukungan pemerintah, permintaan pasar meningkat pada musim tertentu, perkembangan teknologi, adanya hubungan baik dengan pemasok, permodalan, dan adanya penyerapan tenaga kerja. Sedangkan faktor strategis ancaman yaitu harga bahan baku yang fluktuatif serta adanya produk substitusi yang dapat menjadi pesaing.
3. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan QSPM menunjukkan posisi agroindustri teng-teng apel Hilwa Nusantara berada pada kuadran I dan prioritas strategi

yang direkomendasikan adalah meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi menggunakan teknologi, melakukan promosi untuk memperluas pasar dengan memanfaatkan teknologi, dan melakukan pelatihan tenaga kerja untuk meningkatkan keterampilan dan daya saing.

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dijelaskan tersebut, maka saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Agroindustri teng-teng apel Hilwa Nusantara diharapkan dapat melakukan perekrutan tenaga kerja tambahan secara khusus untuk mengisi posisi marketing agar upaya promosi dapat dilakukan secara optimal
2. Agroindustri teng-teng apel Hilwa Nusantara diharapkan agar dapat berkomitmen dalam perencanaan pengembangan pasar menggunakan teknologi yang sedang dijalankan dengan meningkatkan promosi untuk membuka pangsa pasar yang baru.