

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1. Kesimpulan**

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nilai tambah dari hasil pengolahan jeruk nipis menjadi sebuah produk minuman bermerek 'Borjusi' di Bangsal Pasca Panen KB.I adalah sebesar Rp 27.814,53/liter atau dengan rasio nilai tambah sebesar 84,63%. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai tambah komoditas jeruk nipid setelah diolah menjadi produk minuman tergolong tinggi.
1. Hasil analisis SOAR menunjukkan nilai IFAS sebesar 2,83 dan nilai EFAS sebesar 3,51. Pada matriks IE, nilai tersebut berada pada kuadran II (*grow and build*) yaitu pada posisi cukup-tinggi. Kondisi internal Bangsal Pasca Panen cukup kuat dan didukung oleh peluang eksternal yang sangat besar. Hal ini menunjukkan usaha olahan jeruk nipis "Borjusi" berada dalam situasi yang strategis untuk melakukan ekspansi dan pengembangan usaha secara menyeluruh.
2. Dari hasil analisis diperoleh empat alternatif strategi pengembangan. Strategi prioritas yang direkomendasikan adalah strategi perluasan pasar lokal dan regional dengan skor TAS tertinggi. Strategi ini dianggap paling relevan karena mencakup keseluruhan variabel yang dianalisis dan mendapatkan nilai attractiveness yang tinggi dalam matriks QSPM berdasarkan rating kuesioner dan asumsi peneliti. Sedangkan strategi dengan skor TAS terendah adalah Bangsal Pasca Panen sebagai penampung hasil panen petani.

## 5.2. Saran

Saran yang dapat disampaikan kepada pengelola Bangsal Pasca Panen adalah agar hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam upaya pengembangan bangsal ke arah yang lebih baik. Selain itu, penulis juga mengajukan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat mendukung hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Memaksimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk “Borjusi” untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik minat konsumen, serta memperkuat citra produk olahan jeruk nipis di kalangan masyarakat luas.
2. Memperluas jaringan pasar lokal maupun regional melalui kerja sama dengan berbagai pihak serta berpartisipasi dalam pameran atau *event* promosi produk unggulan daerah, sehingga distribusi dan daya saing produk dapat terus berkembang.