

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari analisa dan kajian yang telah dilakukan oleh penulis maka secara ilmiah pengembangan proyek Gula Alternatif Stevia “**Layak**” untuk dijalankan dengan kesimpulan sebagai berikut :

Aspek Pasar dan Pemasaran : Peluang permintaan pasar masih sangat terbuka lebar, baik untuk pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. Dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia dan penduduk dunia serta meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan maka kebutuhan produk stevia dan turunannya tentu diharapkan meningkat juga. Segmentasi pasar, Targeting serta Positioning dari produk akhir stevia yang akan dilepas dipasaran memang harus disiapkan terlebih dahulu. Dari bauran pemasaran secara sederhana kegiatan yang paling penting dilakukan adalah promosi dari produk stevia, karena memang belum banyak orang yang tau manfaat produk stevia ini.

Dari analisa SWOT yang telah dilakukan terhadap proyek ini, maka disimpulkan PT. Mitra Kerinci memiliki kekuatan dan peluang yang besar sehingga strategi yang diambil harus mampu mendukung kebijakan yang agresif terhadap kegiatan usaha yang akan dilakukan. Strategi yang dapat dilakukan salah satunya strategi promosi.

Dari semua metode uji analisa keuangan untuk menganalisa sebuah proyek mulai dari Payback Periode proyek ini adalah 1 tahun 0,6 bulan, dimana lebih kecil dibanding dengan batas maksimum proyek yaitu 10 tahun. ARR sebesar

880,57% disyaratkan yaitu sebesar 100%. NPV proyek ini adalah senilai 602 Milyar, sementara syarat kelayakan harus bernilai positif dan nilainya > 0 . IRR untuk proyek ini adalah 96,75% jauh lebih besar apabila dibanding dengan suku bunga bank pada saat ini yaitu sekitar 12%, syarat kelayakan suatu proyek harus lebih besar dari suku bunga di bank. Profitabilitas index yaitu 6,26. Proyek dinilai layak jika $PI > \text{atau} = 1,00$.

Dari semua analisa keuangan yang penulis gunakan, semuanya dapat melewati syarat minimum sehingga dapat disimpulkan bahwa proyek ini sangat layak untuk dijalankan oleh PT Mitra Kerinci.

5.2. Implikasi

Pengembangan usaha gula alternatif stevia yang akan dilakukan oleh PT. Mitra Kerinci sangat tepat sekali, dengan semakin meningkatnya kebutuhan produk stevia di Indonesia dan seluruh dunia seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan. Selain itu, pengembangan usaha gula alternatif ini akan menjadi diversifikasi usaha yang akan mampu menambah pendapatan bagi PT. Mitra Kerinci.

Strategi pemasaran yang tepat akan mampu membuat produk ini semakin dikenal oleh masyarakat luas, sehingga kebutuhan akan produk semakin meningkat dan akhirnya akan meningkatkan permintaan akan produk stevia juga akan semakin meningkat.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dibuat untuk menganalisis rencana diversifikasi usaha yang akan dikembangkan oleh PT. Mitra Kerinci serta membahas strategi pemasaran apa yang akan diambil oleh manajemen, namun memiliki keterbatasan dengan minimnya referensi tentang kebutuhan stevia, produksi stevia, luas perkebunan stevia serta belum adanya strategi pemasaran produk stevia yang sudah ada selama ini.

5.4. Saran

Dalam perhitungan kelayakan proyek pengembangan tanaman Stevia beserta pengolahannya ini sangat layak untuk dilakukan dengan skala perkebunan, namun penulis mencoba memberikan saran kepada manajemen PT Mitra Kerinci sebagai berikut:

1. Agar segera melakukan kerjasama dengan ahli budidaya tanaman serta ahli pengolahan, bisa dari lingkungan kampus ataupun ekspert yang sudah punya pengalaman mengingat masih minimnya pengalaman PT Mitra Kerinci dalam mengelola tanaman stevia dan pengolahannya. Sehingga proses transfer knowledge dapat cepat berlangsung.
2. Manajemen Mitra Kerinci agar segera menggandeng mitra strategis mengingat salah satu kelemahan yang kita temukan dalam analisa IFAS adalah kendala dalam permodalan
3. Karena stevia diproduksi dalam jumlah yang besar, sebaiknya manajemen segera membuat kontrak dengan buyer buyer yang ada, baik diluar negeri maupun yang didalam negeri.

4. Manajemen agar segera menyiapkan personel dalam pengurusan stevia serta melakukan kunjungan ke industri perkebunan stevia yang ada didaerah lain atau diluar negeri.
5. Manajemen dapat bekerjasama dengan pemerintah, masyarakat dalam hal menambah pasokan daun stevia sehingga produksi daun stevia tidak hanya berasal dari dalam kebun sendiri tapi ada juga dari luar kebun sehingga ekonomi masyarakat akan lebih hidup lagi dan menambah komoditi tanaman yang ada di Solok Selatan.

