

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Pada bab ini disajikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dan saran didasarkan pada analisis penerapan eko-efisiensi serta analisis SWOT yang diharapkan dapat memberi manfaat bagi UKM Tahu Tamyiz.

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan mengenai penerapan eko-efisiensi pada UKM Tahu Tamyiz, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. UKM Tahu tamyiz belum sepenuhnya menerapkan konsep eko-efisiensi dalam proses produksinya. Sebelum melakukan penerapan eko-efisiensi persentase NPO terhadap biaya produksi sebesar 12,1%, namun setelah dilakukan upaya penerapan konsep efisiensi persentase NPO terhadap biaya produksi sebesar 2% yang menunjukkan penurunan nilai NPO yang signifikan sebanyak 10,1%. Angka ini menunjukkan pentingnya penerapan eko-efisiensi untuk dilakukan industri, khususnya UKM. NPO yang dihasilkan masih belum dimaksimalkan dengan baik, belum adanya saluran IPAL maupun pengolahan air limbah serta minyak jelantah yang dibuang tanpa memperhatikan lingkungan.
2. Jumlah tahu yang dihasilkan UKM Tahu Tamyiz dalam produksi selama satu hari sebanyak 1420 kotak atau 12 rigen dengan bahan baku kedelai

24kg/hari, biaya produksi senilai Rp. 434.608,-

3. Berdasarkan perhitungan yang ditemukan dilapangan, dalam sehari UKM Tahu Tamyiz menggunakan air sebanyak 575 liter untuk proses produksinya, dari 575 liter tersebut, air yang digunakan untuk proses perendaman sebanyak 60 liter, proses pencucian sebanyak 98 liter, proses penggilingan sebanyak 117 liter, serta proses perebusan sebanyak 300 liter.
4. Energi yang dipakai dalam proses produksi tahu UKM Tahu Tamyiz berupa solar dan listrik.
5. UKM Tahu Tamyiz mendapat keuntungan sebanyak Rp. 44.095,-/hari dan Rp. 16.094.675,-/tahun setelah pemanfaatan konsep eko-efisiensi.

Berdasarkan hasil analisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman UKM Tahu Tamyiz yang telah dilakukan oleh peneliti, didapatkan hasil berupa perusahaan yang berada pada kuadran I (0,3 dan 0,55) yang menunjukkan perusahaan dalam tahap progresif yang bernilai positif. Kuadran I merupakan area penerapan strategi *strength opportunities* (SO). Strategi SO memiliki ciri pertumbuhan pasar yang tinggi serta persaingan yang kuat, dalam hal ini adalah produk tahu merupakan produk yang banyak beredar di masyarakat dan persaingan dari produsen luar daerah yang juga memasarkan produknya di wilayah Pageruyung utara. Strategi SO berfokus pada pemaksimalan kekuatan untuk menciptakan peluang. Strategi yang ditawarkan dari hasil perhitungan yang telah dilakukan adalah memaksimalkan peluang pasar, mempertahankan kualitas, meningkatkan kualitas, serta rencana pengembangan pasar.

1. Kekuatan

Kekuatan yang dimiliki UKM Tahu Tamyiz adalah selalu menyediakan persediaan tahu, proses produksi ukm tahu tamyiz tidak menggunakan bahan kimia, harga produk bersaing, daya simpan produk lebih lama, pemesanan dapat dilakukan sewaktu-waktu.

2. Kelemahan

Kelemahan yang dimiliki UKM Tahu Tamyiz adalah alat produksi masih tradisional, masih belum ada keterangan produk pada kemasan, belum ada produk hasil dari limbah yang diproduksi sendiri, skala produksi masih sedikit, SDM terbatas

3. Peluang

Peluang yang dimiliki UKM Tahu Tamyiz adalah sentra produksi tahu di kawasan pageruyung utara, dapat diandalkan masyarakat untuk pemesanan skala besar, peminat tahu cukup tinggi, akses pemasaran mudah, serta lokasi usaha yang cukup strategis.

4. Ancaman

Ancaman usaha yang dihadapi UKM Tahu Tamyiz adalah naiknya harga minyak goreng, belum bekerjasama dengan tukang sayur keliling dan rumah makan, munculnya rumah produksi tahu yang baru, serta naiknya harga BBM

## 4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap penerapan eko-efisiensi pada UKM Tahu Tamyiz, maka peneliti memberikan saran – saran sebagai berikut:

1. Memperluas saluran distribusi tahu

Salah satu cara memperluas saluran distribusi adalah dengan menjadi supplier rumah makan maupun menjadi pemasok tahu bagi tukang sayur keliling. Meningkatkan saluran distribusi akan ikut meningkatkan jumlah produksi UKM tahu Tamyiz sehingga keuntungan yang didapat akan semakin besar.

2. Memaksimalkan potensi dari ampas tahu

UKM Tahu Tamyiz selama ini memanfaatkan limbah produksi berupa ampas tahu dengan cara dijual dan dibuat pakan ternak. Mengolah ampas tahu seperti menjadi tempe gembus akan lebih meningkatkan nilai ekonomis ampas tahu. Modal yang dibutuhkan untuk membuat tempe gembus hanya dengan ragi dan tepung beras, lebih menguntungkan daripada hanya menjualnya tanpa diolah maupun dibuat pakan ternak.

3. Melakukan pengolahan air limbah sebelum dibuang ke sungai

Air kecutan yang dibuang UKM Tahu Tamyiz ke sungai tanpa melalui saluran pengolahan dalam skala besar seringkali menghasilkan aroma yang menyengat, sehingga perlu dibuatkan IPAL atau pengolahan air terlebih dahulu untuk mengolah air limbah sebelum dibuang ke sungai agar tidak mencemari lingkungan.

4. Memanfaatkan minyak jelantah yang dibuang

Minyak jelantah yang dihasilkan dari proses penggorengan biasa dibuang UKM Tahu Tamyiz ke tanah, sebaiknya dapat dimanfaatkan untuk menyalakan api dalam proses penggorengan dan perebusan, sehingga minyak jelantah tidak mencemari lingkungan.

5. Mematikan lampu ketika siang

Lampu yang dinyalakan dari jam 04.30 – 08.30 dapat dihemat dengan mematikan lampu Ketika matahari sudah terbit kemudian membuka jendela untuk mendapatkan cahaya matahari, sehingga tidak terjadi inefisiensi energi listrik.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis SWOT yang telah dilakukan terhadap UKM Tahu Tamyiz, maka peneliti memberikan saran – saran berdasarkan strategi SWOT sebagai berikut:

1. Strategi SO

Menambah saluran distribusi dengan menjadi supplier tukang sayur keliling untuk menjangkau masyarakat yang tidak membeli tahu di warung, serta menjalin kerjasama dengan rumah makan sebagai supplier tahu.

2. Strategi WO

Mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh DISNAKER untuk meningkatkan keterampilan pembuat tahu sehingga pembuatan tahu lebih efisien dan juga memberikan keterangan produk pada kemasan sebagai tambahan informasi kepada konsumen

### 3. Strategi ST

Memberikan harga yang kompetitif dari para kompetitor. Memperluas pasar dengan menambah area distribusi tahu hingga ke rumah makan di berbagai daerah yang ramai di kabupaten Kendal.

### 4. Strategi WT

Meminta bantuan kepada lembaga riset untuk bantuan berupa alat produksi untuk meningkatkan efisiensi kerja.