

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI



A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisis terdahulu, pada akhirnya dapatlah dirumuskan beberapa kesimpulan dan rekomendasi yang dipandang perlu untuk meningkatkan strategi pengembangan wirausaha kecil dan outputnya adalah tahu dan tempe dalam mempertahankan bisnis. Rumusan kesimpulan disajikan secara berurutan berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang dikaji dalam tesis ini.

1. Strategi Pengembangan Wirausaha kecil

Strategi pengembangan wirausaha kecil (perajin) tahu dan tempe dewasa ini semakin disadari sebagai kebutuhan, karena selama ini upaya-upaya yang telah dilakukan sangat sporadis dan cenderung bersifat korektif. Dalam situasi yang seringkali berubah tanpa dapat diprediksi sebelumnya ternyata wirausaha kecil sangat responsif. Sementara itu berbagai kebijakan pengembangan selama ini masih kurang efektif. Keterbatasan pemahaman akan dinamika sektor ini juga merupakan faktor yang ikut berpengaruh terhadap kurang-efektifan program perajin tahu dan tempe yang dijalankan selama ini. Namun demikian wirausaha kecil (perajin) tahu dan tempe mampu berbuat untuk kebutuhan pelanggan dan pangsa pasar.

Wirausaha kecil merupakan kegiatan ekonomi yang mendominasi lebih dari 67% struktur perekonomian di Serang. Sektor ini memiliki peran yang strategis baik ekonomi maupun sosial-politis.

Karakteristik Wirausaha Kecil (Perajin) Tahu Tempe.

Keberadaan wirausaha kecil (perajin) tahu dan tempe selama 5 tahun mempunyai fungsi penting bagi perekonomian pedesaan. Fungsi ini dapat dilihat dari segi sosial, ekonomis maupun politis. **Fungsi ekonomis** wirausaha kecil sangat strategis dalam produksi dan distribusi tahu dan tempe untuk konsumen (pelanggan, dan pangsa pasar). Tahu dan tempe yang dihasilkan oleh perajin untuk pelanggan berdaya beli rendah sampai menengah baik di pedesaan maupun di perkotaan, sedangkan **fungsi politis** wirausaha kecil (perajin tahu dan tempe) menjadi katup tenaga kerja di pedesaan, dengan tenaga kerja sebanyak 6.863 orang dari 84 perajin tahu dan tempe.

Secara umum wirausaha kecil tahu dan tempe tidak begitu banyak menghadapi kendala, yaitu sulit berkembangnya wirausaha kecil (perajin tahu dan tempe) dengan modal sendiri, karena sering mengalami naik turun hasil penjualannya, hal itu sesuai dengan wirausaha kecil yang mempunyai peranan sebagai *mutatis mutandis* (saling berkaitan) dengan eksistensi ekonomi nasional yang merupakan sendi penting atau tulang punggung dalam kehidupan bisnis di Serang.

Dari uraian di depan terungkap bahwa wirausaha kecil ternyata mempunyai **kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman**. Tesis ini lebih cenderung mengikuti logika manajemen berdasarkan sasaran, maka segala sesuatu hanya mungkin diperbaiki atau dimulai berdasarkan kekuatan dengan mengatasi kelemahan, serta memanfaatkan peluang yang ada untuk mengantisipasi ancaman masa depan.

2. Kekuatan Wirausaha Kecil Tahu dan Tempe.

Tidak dapat dipungkiri bahwa asal usul semua perajin (wirausaha) kecil tahu dan tempe yang berhasil mempunyai perjalanan yang panjang, karena berbagai faktor,

seperti kejelian, kecermatan menganalisis situasi atau keadaan, pandai mengikuti dan memanfaatkan situasi, tekun, hemat, mampu mengadakan pembaruan, pembinaan karyawan yang terus menerus, mengikuti pendidikan` dalam beberapa hal disebut juga karena “**nasib baik**” .

Wirausaha kecil tahu dan tempe jika ditelusuri maka dapat dijelaskan dari segi **kekuatan** yang dimilikinya :

Pertama, pengalaman bisnis tahu dan tempe dilakukan sederhana. Bagi perajin tahu dan tempe yang mempunyai pengalaman bisnis selama 10 tahun merasakan “**enak**” bisnis tahu dan tempe di Serang, karena segmentasi pasar menjanjikan keuntungan.

Kedua, bisnis tahu dan tempe tidak birokratis, karena asal mulanya perajin tahu dan tempe, adalah “*one man show*” (pemain tunggal) bersama beberapa orang karyawan tetap segala prosedur keputusan dapat dilakukan dengan cepat dan tepat, dalam hal pemasaran barang adanya koordinasi dengan primkopti serta melakukan kemitraan dengan perusahaan besar.

Ketiga, cepat tanggap dan fleksibel dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, perajin tahu dan tempe mempunyai “**mata yang tajam**” dan “**kuping yang besar**”, dan sangat cepat mendeteksi atau mencium perubahan atau perkembangan yang terjadi, baik yang ada di lingkungan pemabrikaan maupun di pasar. Kehidupan perajin tahu dan tempe yang relatif dinamis dan terus-menerus berhubungan dengan pembeli, biasanya memudahkan mereka untuk cepat tanggap terhadap situasi dan segera mengambil tindakan atau langkah-langkah yang perlu, juga cepat tanggap serta fleksibel terhadap barang yang ada di pasar dan dipelanggan. Dalam beberapa hal, perajin tahu

dan tempe mempunyai indera yang keenam, kenyataan yang ada di pasar dan dipelanggan bisnis tahu dan tempe selalu bertambah.

Keempat, cukup dinamis, ulet dan mau kerja keras. Perajin tahu dan tempe cukup dinamis dalam menangani perkembangan pasokan dan selera pembeli, berkat pengalaman dan ketajaman “memanfaatkan peluang bisnis”, perajin sangat cepat dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan, keadaan di pasar, fakta kongkrit menunjukkan bahwa rata-rata perajin tahu dan tempe yang bergerak diwirausaha kecil ini sangat lama dan mempunyai jam kerja 10 jam per hari, bagi perajin tahu dan tempe tidak mengenal hari minggu dan hari libur, perajin menutup bisnisnya hanya pada hari besar agama atau karena harus melawat tetangga, teman atau keluarga yang mendapat musibah.

Kelima. Jaringan bisnis yang dikembangkan oleh perajin tahu dan tempe untuk mempertahankan pelanggan supaya tetap mengkonsumsi tahu dan tempe yang diproduksi oleh Primkopti.

Kelima. Rasio utang lancar yang dimiliki oleh Primkopti sebesar 9,53 % dapat melunasi utang jangka pendeknya dengan lancar. Utang yang dipinjam oleh Primkopti dari Bank bisa dikembalikan sesuai dengan waktu yang ditentukan, hal itu menunjukkan bahwa Primkopti mempunyai kemampuan membayar utang-utang yang telah dipinjamkannya.

Keenam. Perputaran persediaan sebesar 16,45 % mempunyai persediaan barang yang sangat baik, karena perputaran persediaan barang itu sebanyak 16 kali perputrannya dan tidak pernah kehilangan bahkan kekurangan persediaan barang dalam proses produksinya.

Ketujuh. Menyangkut perhatiannya terhadap manusia (*concern for people*).

Dalam hal ini perajin tahu dan tempe berhadapan dengan karyawan dan pelanggan, yang masing-masing memiliki kebutuhan dan harapan. Harapan dan kebutuhan karyawan yaitu melalui ; pembayaran gaji, pendidikan anak sekolah, perumahan, dan asuransi jamsostek sebagai jaminan dihari tua.

Kedelapan. Untuk mewujudkan perbaikan kualitas tahu dan tempe, perajin menekankan kepada sasaran pokok yang dicapai yaitu mencapai target penjualan, memperbanyak pangsa pasar untuk meningkatkan penghasilan perajin tahu dan tempe sendiri.

Kesembilan. Pendidikan dan pelatihan sangat strategis untuk mengembangkan keterampilan perajin tahu dan tempe, karena pendidikan berpeluang terhadap : menetapkan tujuan produk yang jelas, memprakarsai kembali budaya perajin tahu dan tempe, melembagakan pendidikan dan pelatihan, serta mendorong perbaikan produk tahu dan tempe terus menerus.

3. Kelemahan Wirausaha Kecil Tahu dan Tempe.

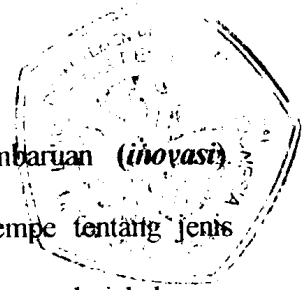
Kalau kita menganalisis pengalaman perajin tahu dan tempe selama ini akan terlihat segudang kelemahannya, kelemahan itu dapat diidentifikasi sebagai berikut :

Pertama. Modal yang dimiliki oleh perajin tahu dan tempe di dalam mengembangkan bisnisnya mengalami kendala, kendala yang dirasakannya adalah perkreditan dari bank, sehingga sulit bagi perajin tahu dan tempe itu untuk menerapkan teknologi, dan inovasi baru.

Kedua. Perajin tahu dan tempe tidak berorientasi atau berpedoman ke masa depan, orientasi bisnis perajin tahu dan tempe kurang pengalaman, kurang bimbingan, dan kurang dapat membaca peluang bisnis, maka kecenderungan masa depan tidak bisa diantisipasi, apalagi untuk 5 tahun mendatang.

Ketiga, Perajin tahu dan tempe tidak memiliki pendidikan yang tepat atau relevan. Mungkin kurang tepatnya perajin melakukan bisnis tahu dan tempe harus memiliki pendidikan yang tepat dan relevan dengan bidang bisnis tahu dan tempe yang digelutinya. Disamping itu tidak ada kesempatan (waktu, biaya mungkin juga jurusan pendidikan) tersebut sangat langka atau tidak ada. Dari kenyataan ini menjadi tidak aneh kalau perajin yang terjun mengelola tahu dan tempe umumnya tanpa pendidikan yang relevan dan sering bukan anak terpendai di antara anggota keluarga perajin.

Keempat. Perajin tahu dan tempe tidak mengadakan analisis pasar yang “*up to date*” atau tepat waktu yang mutakhir. Tidak adanya perencanaan dan pendidikan yang relevan ditambah lagi tanpa pembukuan yang teratur, umumnya perajin tahu dan tempe juga tidak memiliki analisis pasar yang relevan. Perajin tahu dan tempe hanya sekedar mengira-ngira dan bertumpu pada pengalaman sebelumnya. Perajin tahu dan tempe tidak tahu pasti berapa besar potensi pasar, berapa pesaing, apa kekuatan dan kelemahan pesaing, bagaimana kecenderungan pembeli, bagaimana perkembangan teknologi dan perkembangan produk. Umumnya kegiatan pasar dan manajemen pemasaran berdasarkan *feeling* (perasaan) dan pengamatan sepintas. Akibatnya, perajin tahu dan tempe terkadang tidak memiliki cukup jumlah barang yang diperlukan pelanggan atau *stock* (persediaan) yang berlebihan bagi barang-barang yang kurang laku atau barang yang laku kemarin.



Kelima. Perajin tahu dan tempe jarang mengadakan pembaruan (*inovasi*). Terkadang penulis merasa aneh saat mengamati perajin tahu dan tempe tentang jenis barang yang dijual, tata letak barang, rak panjang dan lampu penerangan dari beberapa perajin tahu dan tempe tetap sama setelah sekian tahun. Bahkan dalam beberapa kasus, perabotannya berkarat. Demikian juga, beberapa perajin tahu dan tempe pembuatan barangnya tidak mengalami perubahan atau pembaruan setelah sekian tahun atau setelah beberapa generasi, pembuatan tahu dan tempe masih tetap sama.

Keenam. Pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan tahu dan tempe dari hasil pendidikan dan pelatihan, tidak selamanya bisa diterapkan ditempat kerjanya, sehingga karyawan banyak yang melakukan pekerjaannya tidak didasari oleh rasa bertanggungjawabnya kepada pekerjaan.

Ketujuh. Keberhasilan disetiap wirausaha kecil tahu dan tempe karena adanya motivasi berprestasi. Namun sayangnya motivasi berprestasi yang ada pada perajin tidak selamanya bisa diwujudkan, karena setiap tindakan dari perajin tidak semuanya berorientasi kepada pencapaian hasil.

Kedelapan. Kemampuan dan kemauan penguasaan bisnis oleh perajin tahu dan tempe kurang, sehingga prosedur dan teknik pengerjaan bidang yang ditekuni tidak mencapai pada sasaran pokok yang diharapkan, yaitu target penjualan untuk mencapai keuntungan yang lebih baik.

Kesembilan. Dalam menciptakan dan menambah kapasitas bisnis yang dilakukan perajin tahu dan tempe banyak menemukan kendala, di antaranya ketidakpastian pangsa pasar. Hal itu disebabkan oleh kurangnya wawasan dan pengalaman dari perajin dalam mengembangkan sayap bisnisnya.

4. Peluang Wirausaha Kecil Tahu dan Tempe.

Jika kita berpikiran jernih dan mengingat pepatah lama “di mana ada kemauan di situ ada jalan”, maka akan segera jelas juga bahwa pada teori dan prakteknya tersedia banyak peluang mengenai bagaimana perajin tahu dan tempe dapat mengatasi kelemahannya serta memperkokoh dan menambah kekuatan untuk mencapai sukses atau keberhasilan, tidak saja untuk mengulangi “sukses kemarin”, tetapi lebih-lebih lagi untuk menggapai sukses di “hari esok”.

Adapun persyaratan pokok dalam mengidentifikasi atau mengenali peluang keberhasilan di masa depan ialah berpikir polos atau lugu, keterbukaan, optimisme, kerja sama dan mau mendengarkan orang lain, mengakui kesalahan dan percaya hari esok lebih baik dari hari kemarin dan hari ini. Ibarat musim, tidak ada musim kemarau yang abadi dan kalau pun ada siapkan cara lain atau alternatif jalan keluarnya. Tidak ada musim hujan yang abadi, namun siapkan payung sebelum hujan, periksa atap sebelum bocor, jual atau buatlah barang yang laku di musim hujan, atau jualan es musim panas dan seterusnya.

Dari sejumlah kelemahan yang sempat diidentifikasi tersebut, secara nyata juga tersedia segudang **peluang** atau kesempatan bagi perajin tahu tempe antara lain :

Pertama Kinerja perajin tahu dan tempe, mempunyai kemampuan dalam memenuhi tuntutan pelanggan, dan membuka peluang pasar agar tetap dapat bertahan dan mengembangkan segmentasi pasar.

Kedua. Perajin tahu dan tempe belajar ilmu manajemen sederhana. Tetapi di luar jalur itu banyak lembaga atau badan-badan yang menyelenggarakan kursus manajemen sederhana bagi perajin. Demikian juga tersedia kursus tertulis, kursus sore hari, atau pun

membaca buku-buku penuntun bagaimana mengelola perajin. Lewat ilmu manajemen, perajin atau karyawan dapat mengerti dan memahami fungsi perencanaan, dan perencanaan yang dibuatnya itu harus memerlukan ilmu manajemen. Ilmu manajemen yang ditekuninya itu bisa mengimplementasikan atau mempraktekkannya, seperti didalam pemasaran tahu dan tempe.

Ketiga. Perajin tahu dan tempe selalu kembali belajar. Belajar bagi perajin tahu dan tempe tidak pernah terlambat. Sudah tiba waktunya perajin harus menyisihkan waktunya untuk belajar terutama untuk “belajar sendiri”, ikut kursus sore/malam atau lokakarya tertentu. Kalau hal ini kurang memungkinkan, kirimlah anak buah (karyawan) untuk menggantikan perajin dalam mendapatkan ilmu-ilmu baru yang cocok untuk meneruskan dan mengembangkan perajin tahu dan tempe. Yakinlah, ilmu dan teknologi terus berkembang dengan pesat. Tanpa penguasaan ilmu dan teknologi tersebut, cepat atau lambat perajin akan kalah dan tergusur.

Keempat. Disamping itu harapan dari pengurus Primkoti banyak memberikan langkah yang terbaik dalam pemberdayaan kepada perajin, yang dapat diartikan sebagai pelibatan perajin yang benar-benar berarti (signifikan). Pemberdayaan yang dimaksud adalah memperhatikan, mempertimbangkan dan menindaklanjuti masukan yang datangnya dari karyawan.

Kelima. Omset pemasaran yang diharapkan tercapai, oleh perajin tahu dan tempe yaitu dengan cara meneliti daerah pasar (segmen pasar) atau daerah pelanggan sebagai pemasaran tahu dan tempe, akan dijadikan pengendalian dan penanganan produk kewilayah pelanggan.

Keenam. Perajin tahu dan tempe membangun bisnis berasaskan kebersamaan sebagai upaya mengaktualisasikan pemenuhan yang ditujukan pada masyarakat dengan prinsip “*outward looking*”, bukan kepada “*inward looking*”

Ketujuh. Moral perajin tahu dan tempe yang selalu berorientasi kepada target bisnisnya yang didasari kepada; fungsi, tugas, dan tanggungjawab. Dapat mengendalikan bisnisnya, dan tercipta akan memberikan kenyamanan pelanggan dalam mengkonsumsi tahu dan tempe.

Kedelapan. Wirausahawan tahu dan tempe selalu meningkatkan dan menambah kapasitas produknya yang mampu mengisi lokasi pada pasar baru. Hal itu dilakukan untuk mengembangkan bisnis tahu dan tempe dalam setiap segmen pasar yang ada, khususnya pada pasar tradisional.

Kesembilan. Bisnis tahu dan tempe yang dilakukannya mampu menyediakan pelanggan kelas menengah dan bawah, hal itu didasari pada kebutuhan, dorongan, dan aspirasi pelanggan yang ada.

5. Ancaman Wirausaha Kecil Tahu dan Tempe

Ancaman merupakan rintangan perajin untuk mencapai keberhasilan di masa depan. Dari sejumlah ancaman yang sempat diidentifikasi, secara nyata juga sebagai strategi untuk mencapai keberhasilan perajin tahu dan tempe ada kendala yang selalu menghadangnya untuk dipecahkan oleh perajin itu sendiri, jika mampu menghadapi ancaman dengan baik maka perajin akan mencapai sukses. Namun sebaliknya jika ancaman itu tidak bisa diselesaikan akan berdampak besar terhadap bisnis tahu dan tempe, ancaman itu antara lain :

Pertama. Perajin tahu dan tempe cepat puas diri. Karena tidak adanya perencanaan dan tanpa peramalan atau perkiraan ke masa depan, biasanya pemilik perajin tahu dan tempe cepat puas diri dan kurang ambisius. Perajin tahu dan tempe umumnya setelah berusaha 5 sampai 8 tahun, seringkali bisnisnya bukannya semakin besar atau bertambah, tetapi semakin kecil dan berkurang bahkan ikut menua sesuai umur pemiliknya. Hal ini mungkin erat kaitannya dengan ancaman lain, yaitu perajin kecil tidak memiliki pendidikan yang relevan dan tidak mempunyai pengalaman yang matang.

Kedua. Bisnis perajin tahu dan tempe keluarga sentris. Urusan bisnis harus dipisahkan dengan keluarga, di Indonesia, khususnya di Serang batas tegas antara bisnis dengan keluarga sering kabur atau tidak jelas. Terkadang tindakan anggota keluarga ini kurang bersikap seperti perajin yang menerapkan “pembeli adalah raja” , atau sering disebut tidak “*business like*” dan sombong atau tidak mengerti ruang lingkup bisnisnya. Kebanyakan perajin tahu dan tempe tidak rela atau tidak bisa mewakilkan atau mendelegasikan hak dan kewajiban yang luas kepada karyawan yang bukan anggota keluarga. Bagi perajin karyawan adalah orang lain yang dipekerjakan dari kegiatan perajin tahu dan tempe.

Ketiga. Ancaman yang datang diluar perajin tahu dan tempe yang mengadakan pembaruan (*inovasi*). Pembaruan produk dari segi mutu, warna, bentuk dan pengemasan yang menggunakan teknologi yang tepat, sehingga pelanggan banyak yang tergiur oleh pendaang yang baru yang mencoba memasarkan produk yang sama.

Keempat. Pendaang baru yang berorientasi ke masa depan mampu melihat bisnisnya itu berhasil dengan baik, ibarat “tanaman musiman” yang memberikan hasil



(*quick yielding*). Sebagai perajin tahu dan tempe yang mempunyai naluri atau *insting* masa depan harus mampu membaca peluang pasar, dan mengembangkan pelanggan baru yang ada, sehingga pendatang baru sebagai ancaman harus dimonitoring terus, baik produksinya maupun pemasarannya.

Kelima. Rendahnya pengetahuan masyarakat untuk menentukan jenis tahu dan tempe yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan disebabkan oleh informasi yang disampaikan tidak tepat sasaran.

Keenam. Berkurangnya peran wirausaha kecil tahu dan tempe dalam dunia bisnis di Serang dipengaruhi oleh proses industrialisasi yang sangat cepat, berkembangnya manajemen profesional dan cara atau teknologinya dalam produksi akan berkurang masa yang mengembangkan teknologi tradisional.

Ketujuh. Peluang bisnis yang dilakukan oleh wirausahawan tahu dan tempe kurang bisa menganalisis berdasarkan lokasi geografi, tingkat pendapatan, pekerjaan, umur, dan jenis kelamin, maka kapasitas produksi kurang mampu mengisi lokasi baru.

Kedelapan. Sebanyak 12 perajin tahu dan tempe yang diteliti dan dijadikan sampel, diantaranya sebanyak 4 perajin tahu dan tempe permodalannya kurang mendukung terhadap penjualan tahu dan tempe, karena rasio modal terhadap *equity* mencapai 85%.

B. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut ini disajikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan esensial yang dihadapi perajin tahu dan tempe.

Sumber daya ekonomi merupakan kendala utama bagi perkembangan bisnis tahu dan tempe. Adapun kendala sumber daya ekonomi bagi perajin tahu dan tempe itu ada empat, **pertama**, aspek permodalan. Perajin tahu tempe memulai bisnisnya dengan modal sendiri, dengan modal sendiri yang terbatas sangat sulit untuk mengembangkan bisnisnya, namun semuanya tidak berlaku secara umum bagi perajin tahu tempe yang penulis teliti melakukan kemitraan dengan perusahaan besar sebagai pengembangan modal bisnis. **Kedua**, pengadaan bahan baku sering terhambat, terhambatnya bahan baku berpengaruh besar kepada proses produksi. **Ketiga**, segmen pasar yang fluktuatif, membuat perajin tahu dan tempe harus melakukan *based customer*. Tujuannya adalah untuk memperluas jaringan pelanggan yang tetap memakai produk tahu dan tempe hasil dari perajin. **Keempat**, kebijaksanaan Pemda Tk II Serang yang kurang *interest* dan berpihak kepada perajin tahu dan tempe, sehingga membuat jalur birokrasi yang menjadi kaku.

Strategi pengembangan perajin tahu yang dijalankan selama ini banyak ketimpangan, sehingga banyak perajin tahu tempe yang bertahan dengan produksi yang dijalankannya tanpa memandang keuntungan yang bisa meningkatkan kesejahteraan karyawan. Hal itu disebabkan oleh : **pertama**. Strategi yang dikembangkan oleh perajin tahu dan tempe selama ini dianggap telah mengabaikan sektor tradisional yang selama ini sebagai basis kegiatan perajin tahu dan tempe, sehingga mudah sekali tergoyahkan, mati atau tidak berkembang, **kedua**. Berkembangnya konglomerasi sebagai fenomena yang sangat mengkhawatirkan bahkan sebagai penghalang (*entry barrier*) bagi perajin tahu dan tempe, dalam penyediaan dana oleh bank menjadi macet, **ketiga**. Adanya praktek monopoli, monopoli menimbulkan keresahan dikalangan masyarakat, cara yang

dilakukan dalam sistem monopoli adalah penguasaan mutlak sehingga berbagai ketimpangan timbul, dan melahirkan ketidak efisiensi, **keempat**. Ketimpangan penguasaan faktor struktural, masalah tanah yang dibangun pemabrikaan tidak memperhatikan lingkungan masyarakat tinggal dan jangkauan segmen pasar, serta pembuangan limbah produksi yang ada menimbulkan masalah bagi tempat tinggal lingkungan dan tempat tinggal masyarakat, **kelima**. Kurang dikembangkannya jaringan produksi, jaringan pelayanan, dan jaringan pemasaran, sehingga banyak produk tahu dan tempe yang dipasarkan kesulitan menemukan pelanggan.

Di samping itu kurang bertahannya (*survive*) dan tidak memahami situasi internal (kekuatan dan kelemahan) maupun situasi eksternal (peluang dan ancaman), akibatnya akan mengancam keberadaan perajin tahu dan tempe yang tidak eksis lagi dalam berbisnis, penelaahan dengan segala kekuatan yang dimilikinya, dan keuntungan pun tidak dapat diperoleh dengan baik, dan ketidak mampuan meminimalkan kelemahan yang dimiliki akan menimbulkan ancaman. Agar keberadaan perajin tahu dan tempe itu berkembang sesuai yang diharapkan maka langkah yang perlu diambil adalah ;

- (a) meningkatkan akses bisnis perajin tahu tempe kepada sumber dana dan modal, langkah yang dilakukannya adalah meningkatkan fungsi konsultasi yang ada di primkopti untuk dikembangkan mengarah kepada kepentingan dan keberpihakan anggota yaitu perajin tahu tempe sendiri, bukan kepada pengurus primkopti keberpihakannya.
- (b) segmen pasar harus dipantau dengan jelas, serta adanya keterlibatan dari perajin, pengurus primkopti untuk memperbanyak promosi, caranya yang dilakukannya adalah mengadakan penyuluhan di setiap kecamatan kepada masyarakat, juga kerjasama dengan pihak PT Krakatau Steel sebagai bapak angkat untuk meningkatkan promosi melalui

pasar baru, (c) meningkatkan pertumbuhan bisnis usaha kecil, caranya adalah melalui penguatan potensi internal bisnis tahu tempe agar mampu memanfaatkan peluang-peluang yang ada, dan juga mengembangkan kolaborasi bisnis sesama perajin tahu tempe dilingkungan primkopti untuk mengisi kebutuhan satu sama lain maupun untuk mencapai skala ekonomis, (d) Pendidikan dan pelatihan harus mengenai sasaran yang dikembangkan oleh perajin tahu dan tempe, serta dibiasakan budaya membaca dalam setiap peluang bisnis, diskusi dalam pemecahan kelompok. Prestasi produksi yang dicapai oleh perajin tahu dan tempe tidak bersifat spekulatif atau untung-untungan, akan tetapi berdasarkan motivasi berprestasi untuk membantu kondisi keberhasilan psikologis (individu mampu mendefinisikan tujuan sendiri, setiap tujuan berhubungan dengan kebutuhan, kemampuan dan nilai-nilai, individu mampu mendefinisikan arah dan tujuan, pencapaian: tujuan akan mewakili realitas bagi individu), (e) Sebagai wirausaha sangat penting untuk lebih mengenal kekuatan dan kelemahan dirinya, hal itu untuk menunjukkan adanya komitmen diri bagi perajin untuk dapat mengorganisasikan berbagai kekuatan dan kelemahan, dengan jalan meningkatkan jaringan bisnis yang menguatkan posisi perajin tahu dan tempe

Kelima pemecahan sebagai rekomendasi kepada perajin tahu dan tempe dalam suasana keterbukaan melalui kerjasama sebuah *teamwork* yang menekankan pada pentingnya *employee empowerment*. Perajin harus memberikan kewenangan penuh kepada karyawannya untuk mengatur secara terampil dan kreatif dalam melaksanakan segala tugas, dan mau melakukan koordinasi dengan Dinas Koperasi dan Pemda Tk II Serang secara transparan untuk pembinaan dan pengembangan terhadap perajin tahu dan tempe dimasa yang akan datang

Demikianlah rekomendasi yang dapat diberikan bagi keberhasilan strategi pengembangan wirausaha kecil dalam mempertahankan bisnis tahu tempe. Mudah-mudahan hasil penelitian ini bisa menggugah para peneliti lain untuk melanjutkan kajian tentang strategi pengembangan wirausaha kecil yang lebih luas.