

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden penelitian ini yaitu meliputi: usia, jenis kelamin, lama usaha dan pendidikan terakhir. Berikut adalah tabel yang akan menunjukkan tabel gambaran umum responden pada penelitian ini:

**Tabel 4.1. Gambaran Umum Responden**

No	Keterangan	Jumlah Orang	Persentase (%)
1.	Usia:		
	a. 30-40 th	3	10
	b. 41-50 th	14	46,7
	c. 51-60 th	10	33,3
	d. > 60 th	3	10
2.	Jenis Kelamin:		
	a. Laki-Laki	21	70
	b. Perempuan	9	30
3.	Lama Usaha:		
	a. 5-15 th	9	30
	b. 16-25 th	17	56,7
	c. > 25 th	4	13,3
4.	Pendidikan Terakhir:		
	a. SD	1	3,3
	b. SMP	5	16,7
	c. SMA/SMK	16	53,3
	d. D3/S1	8	26,7
	Total:	30	100

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas diketahui ternyata sebagian pengusaha bengkel sepeda motor di Semarang berusia antara 41-50 tahun yaitu berjumlah 14 orang atau (46,7%), dan berjenis kelamin laki-laki sebanyak (70%), serta lama usaha antara 16-25 tahun (56,7%) dengan pendidikan SMA/SMK (53,3%).

## 4.2. Identifikasi Orientasi Kewirausahaan

### 4.2.1. Inovasi

Inovasi adalah kecenderungan usaha untuk terlibat secara langsung dengan adanya dukungan dari ide-ide yang baru, pembaharuan, eksperimentasi, dan proses kreatif yang memungkinkan menghasilkan produk baru, jasa atau proses teknologi. Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.2. Tanggapan Responden Akan Inovasi**

Keterangan	Jawaban										Total Score	Rata-Rata	Kategori
	SS (5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Melakukan penambahan produk suku cadang sepeda motor matic	3	15	11	44	13	39	3	6	0	0	104	3,47	Tinggi
Melakukan pembelian alat servis sepeda motor injeksi	0	0	9	36	8	24	11	22	2	2	84	2,80	Sedang
Membuat gebrakan peningkatan pelayanan jasa servis dengan memberikan bonus dan memberikan potongan harga dalam pembelian suku cadang sepeda motor	7	35	5	20	14	42	3	6	1	1	104	3,47	Tinggi
Menjalinkan kerjasama dengan konsumen	5	25	12	48	11	33	1	2	1	1	109	3,63	Tinggi
Rata-Rata												3,34	Sedang

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa ternyata untuk inovasi rata-ratanya sebesar 3,34 dan termasuk dalam kategori sedang. Data tersebut dapat diuraikan apabila pengusaha bengkel sepeda motor sudah melakukan penambahan produk suku cadang sepeda motor matic, mempertimbangkan untuk membeli alat servis sepeda motor injeksi yang sekarang ini banyak dipakai konsumen untuk sepeda motor keluaran baru, melakukan gebrakan peningkatan pelayanan jasa servis sepeda motor dengan memberikan bonus dan memberikan potongan harga dalam pembelian suku cadang sepeda motor, melakukan jalinan kerja sama dengan konsumen demi kemajuan usaha bengkel sepeda motornya.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jawaban *open quest* atau kuesioner terbuka dari 30 responden sebagai berikut:

**Tabel 4.2.1. Penambahan Produk Suku Cadang Sepeda Motor Matic**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Keuntungan terbesar pada penjualan produk suku cadang sepeda motor matic dan bengkel sepeda motor harus mampu mengikuti perkembangan produk suku cadang sepeda motor yang baru, seperti produk suku cadang sepeda motor matic	3
Dengan menambah produk suku cadang sepeda motor matic akan meningkatkan omset dan pendapatan bengkel sepeda motornya akan tetapi produk suku cadang sepeda motor matic tidak bisa komplit, seperti merek Honda dan Yamaha saja yang banyak dicari konsumen	4
Dalam beberapa tahun terakhir ini sepeda motor matic seperti: Honda Beat, Yamaha Mio lebih laku dibandingkan sepeda motor bebek dan laki, serta sepeda motor matic banyak diminati dan dipakai terlebih kaum wanita	6
Responden akan mempertimbangkan kembali, karena konsumen banyak yang mencari produk suku cadang sepeda motor bebek, vespa, dan laki, serta membutuhkan modal untuk menambah suku cadang sepeda motor matic	9
Responden akan melakukan penambahan produk suku cadang sepeda motor matic, jika kedepannya bisa meningkatkan omset dan pendapatan bengkel sepeda motornya	5
Terkendala oleh modal yang terbatas, maka responden ingin lebih fokus ke penjualan produk suku cadang sepeda motor bebek, laki, dan vespa	3
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui bahwa ada 3 responden (10%) menyatakan keuntungan terbesar pada penjualan produk suku cadang sepeda motor matic dan bengkel sepeda motor harus mampu mengikuti perkembangan produk suku cadang sepeda motor yang baru, seperti produk suku cadang sepeda motor matic, ada 4 responden (13,3%) beranggapan dengan menambah produk suku cadang sepeda motor matic akan meningkatkan omset dan pendapatan bengkel sepeda motornya akan tetapi produk suku cadang sepeda motor matic tidak bisa komplit, seperti merek Honda dan Yamaha saja yang banyak dicari konsumen, terdapat 6 responden (20%) berpendapat apabila dalam beberapa tahun terakhir ini sepeda motor matic seperti: Honda Beat, Yamaha Mio lebih laku dibandingkan sepeda motor bebek dan laki, serta sepeda motor matic banyak diminati dan dipakai terlebih kaum wanita, sebanyak 9 responden (30%) menyatakan akan mempertimbangkan kembali, karena konsumen banyak yang mencari produk suku cadang sepeda motor bebek, vespa, dan laki, serta membutuhkan modal untuk menambah suku cadang sepeda motor matic, Ada 5 responden (16,7%) menyatakan akan melakukan penambahan produk suku cadang sepeda motor matic, jika kedepannya bisa meningkatkan omset dan pendapatan bengkel sepeda motornya, dan ada 3 responden (10%) terkendala oleh modal yang terbatas, maka responden ingin lebih fokus ke penjualan produk suku cadang sepeda motor bebek, laki, dan vespa.

**Tabel 4.2.2. Melakukan Pembelian Alat Servis Sepeda Motor Injeksi**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Mayoritas sepeda motor keluaran terbaru menggunakan mesin injeksi, dan dengan membeli alat servis sepeda motor injeksi bisa meningkatkan omset dan pendapatan bengkel sepeda motornya	9
Masih dalam pertimbangan responden untuk membeli alat servis sepeda motor injeksi, karena harga cukup mahal dan butuh dana tambahan untuk membeli alat servis sepeda motor injeksi ini, serta apabila dalam jangka panjang bisa menguntungkan bengkel sepeda motornya akan melakukan pembelian alat servis sepeda motor injeksi	8
Responden belum membutuhkan alat servis sepeda motor injeksi, sebab yang melakukan servis sepeda motor belum menggunakan mesin injeksi, dan mekanik juga harus punya keahlian khusus untuk melakukan servis sepeda motor injeksi	4
Belum dalam rencana responden karena keterbatasan modal, dan harga alat servis sepeda motor injeksi mahal, serta responden memilih untuk mengalokasikan ke permodalan akan suku cadang sepeda motor	9
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui sebanyak 9 responden (30%) menyatakan apabila mayoritas sepeda motor keluaran terbaru menggunakan mesin injeksi, dan dengan membeli alat servis sepeda motor injeksi bisa meningkatkan omset dan pendapatan bengkel sepeda motornya. Ada 8 responden (26,7%) masih dalam pertimbangan responden untuk membeli alat servis sepeda motor injeksi, karena harga cukup mahal dan butuh dana tambahan untuk membeli alat servis sepeda motor injeksi ini, serta apabila dalam jangka panjang bisa menguntungkan bengkel sepeda motornya akan melakukan pembelian alat servis sepeda motor injeksi, hanya 4 responden (13,3%) yang belum membutuhkan alat servis sepeda motor injeksi, sebab yang melakukan servis sepeda motor belum menggunakan mesin injeksi, dan mekanik juga harus punya keahlian khusus untuk melakukan servis sepeda motor injeksi, dan terdapat 9 responden (30%) menyatakan belum dalam rencana, karena keterbatasan modal dan harga alat servis sepeda motor injeksi mahal, serta

responden memilih untuk mengalokasikan ke permodalan akan suku cadang sepeda motor.

**Tabel 4.2.3. Membuat Gebrakan Peningkatan Pelayanan Jasa Servis dan Dalam Pembelian Suku Cadang Sepeda Motor**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Cara responden untuk dapat menarik konsumen, membuat senang atau puas konsumen dan konsumen akan tetap kembali ke bengkel sepeda motornya dengan bonus jasa servis dan potongan harga dalam pembelian suku cadang sepeda motor, serta konsumen akan menjadi pelanggan setia nantinya	10
Memberikan bonus jasa servis sepeda motor dan potongan harga dalam pembelian suku cadang sepeda motor, akan lebih disukai konsumen di wilayah Semarang	2
Saat ini responden akan mempertimbangkan kembali membuat gebrakan peningkatan jasa servis dengan memberikan bonus dan memberikan potongan dalam pembelian suku cadang sepeda motor, apabila bisa menguntungkan dan mampu meningkatkan omset bengkel sepeda motornya	14
Dengan memberikan bonus jasa servis dan potongan pembelian suku cadang sepeda motor akan mengurangi keuntungan, dan responden lebih meningkatkan pelayanan kualitas dari bengkel sepeda motornya	4
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui terdapat 10 responden (33,3%) berpendapat cara untuk dapat menarik konsumen, membuat senang atau puas konsumen dan konsumen akan tetap kembali ke bengkel sepeda motornya dengan bonus jasa servis dan potongan harga dalam pembelian suku cadang sepeda motor, serta konsumen akan menjadi pelanggan setia nantinya, hanya 2 responden (6,7%) beranggapan dengan memberikan bonus jasa servis sepeda motor dan potongan harga dalam pembelian suku cadang sepeda motor, akan lebih disukai konsumen di wilayah Semarang, sebanyak 14 responden (46,7%) menyatakan akan mempertimbangkan kembali membuat gebrakan peningkatan jasa servis dengan memberikan bonus dan memberikan

potongan dalam pembelian suku cadang sepeda motor, apabila bisa menguntungkan dan mampu meningkatkan omset bengkel sepeda motornya, dan ada 4 responden (13,3%) beranggapan dengan memberikan bonus jasa servis dan potongan pembelian suku cadang sepeda motor akan mengurangi keuntungan, dan responden lebih meningkatkan pelayanan kualitas dari bengkel sepeda motornya.

**Tabel 4.2.4. Menjalin Kerjasama Dengan Konsumen**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Menurut responden memiliki konsumen yang loyal akan membantu untuk memajukan usaha bengkel sepeda motornya, dan membuat lebih dikenal masyarakat di Semarang dari mulut ke mulut	5
Melalui kerjasama akan meningkatkan omset dan pendapatan dari bengkel sepeda motornya, serta antara pengusaha bengkel sepeda motor dengan konsumen saling diuntungkan	12
Untuk saat ini kerjasama tidak diperlukan responden, karena bengkel sepeda motornya sudah memiliki konsumen atau pelanggan setia, dan konsumen yang datang dengan sendirinya	10
Sampai sekarang belum ada kerjasama antara responden dengan konsumen, karena menurut responden kerjasama dengan konsumen tidak terlalu penting dan yang terpenting adalah kepuasan yang didapatkan oleh konsumen	3
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui ada 5 responden (16,7%) berpendapat apabila memiliki konsumen yang loyal akan membantu untuk memajukan usaha bengkel sepeda motornya, dan membuat lebih dikenal masyarakat di Semarang dari mulut ke mulut, sebanyak 12 responden (40%) menyatakan melalui kerjasama akan meningkatkan omset dan pendapatan dari bengkel sepeda motornya, serta antara pengusaha bengkel sepeda motor dengan konsumen saling diuntungkan, terdapat 10 responden (33,3%) beranggapan untuk saat ini kerjasama tidak diperlukan responden, karena bengkel sepeda motornya sudah memiliki konsumen atau pelanggan setia, dan konsumen yang datang dengan sendirinya, dan hanya 3 responden (10%) menyatakan jika

sampai sekarang belum ada kerjasama antara responden dengan konsumen, karena menurut responden kerjasama dengan konsumen tidak terlalu penting dan yang terpenting adalah kepuasan yang didapatkan oleh konsumen.

#### 4.2.2. Proaktif

Proaktif yaitu memasuki pasar baru yang sudah tersedia untuk menjadi lebih baik selangkah ke depan dibandingkan dengan pesaing. Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.3. Tanggapan Responden Akan Proaktif**

Keterangan	Jawaban										Total Score	Rata-Rata	Kategori
	SS (5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Mempromosikan usaha bengkel sepeda motor melalui iklan, koran lokal dan media sosial	1	5	7	28	12	36	8	16	2	2	87	2,90	Sedang
Menerima saran dan kritik dari konsumen untuk perbaikan, serta kemajuan usaha bengkel sepeda motor	10	50	11	44	8	24	1	2	0	0	120	4,00	Tinggi
Mempertahankan kualitas mutu suku cadang sepeda motor yang dijual dan jasa servis sepeda motor yang diberikan untuk konsumen	9	45	11	44	10	30	0	0	0	0	119	3,97	Tinggi
Mencari konsumen baru untuk dapat memperluas cakupan penjualan suku	0	0	8	32	14	42	7	14	1	1	89	2,97	Sedang



**Tabel 4.3.1. Mempromosikan Bengkel Sepeda Motor**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Dengan adanya iklan, koran dan media sosial membuat bengkel sepeda motornya menjadi dikenal kalangan oleh masyarakat di Semarang, serta banyak konsumen yang datang ke bengkel sepeda motornya	4
Menurut responden promosi melalui iklan, koran dan media sosial bisa menambah pendapatan dan omset bengkel sepeda motornya	4
Untuk promosi bengkel sepeda motor responden akan mempertimbangkan kembali, apabila promosi mampu meningkatkan omset dan pendapatan bengkel sepeda motornya maka responden mau melakukan promosi, karena dalam promosi butuh dana yang cukup mahal dan lebih baik responden mengalokasikan ke modal bengkel sepeda motornya	17
Untuk sekarang responden tidak butuh promosi iklan, koran itu tidak efektif, oleh karena bengkel sepeda motornya sudah berjalan lama dan berada di wilayah yang strategis, serta sudah dikenal masyarakat di Semarang	5
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui ada 4 responden (13,3%) berpendapat dengan adanya iklan, koran dan media sosial membuat bengkel sepeda motornya menjadi dikenal kalangan oleh masyarakat di Semarang, serta banyak konsumen yang datang ke bengkel sepeda motornya, ada 4 responden (13,3%) beranggapan promosi melalui iklan, koran dan media sosial bisa menambah pendapatan dan omset bengkel sepeda motornya, sebanyak 17 responden (56,7%) akan mempertimbangkan kembali, apabila promosi mampu meningkatkan omset dan pendapatan bengkel sepeda motornya maka responden mau melakukan promosi, karena dalam promosi butuh dana yang cukup mahal dan lebih baik responden mengalokasikan ke modal bengkel sepeda motornya, dan 5 responden (16,7%) menyatakan untuk sekarang tidak butuh promosi iklan, koran itu tidak efektif, oleh karena bengkel sepeda motornya sudah berjalan lama dan berada di wilayah yang strategis, serta sudah dikenal masyarakat di Semarang.

**Tabel 4.3.2. Menerima Saran dan Kritik Dari Konsumen**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Kritik dan saran itu sangat penting bagi responden untuk setidaknya membantu membenahi dan mengetahui kekurangan bengkel sepeda motornya	21
Responden akan mempertimbangkan kembali untuk menerima saran dan kritik dari konsumen apabila bisa memperbaiki serta memajukan bengkel sepeda motornya, dan belum tentu saran dan kritik bisa memperbaiki bengkel sepeda motornya	8
Menurut responden bengkel sepeda motornya sudah bagus, untuk itu mengabaikan saran dan kritik dari konsumen`	1
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui sebanyak 21 responden (70%) menyatakan kritik dan saran itu sangat penting bagi responden untuk setidaknya membantu membenahi dan mengetahui kekurangan bengkel sepeda motornya, terdapat 8 responden (26,7%) akan mempertimbangkan kembali untuk menerima saran dan kritik dari konsumen apabila bisa memperbaiki serta memajukan bengkel sepeda motornya, dan belum tentu saran dan kritik bisa memperbaiki bengkel sepeda motornya, dan hanya 1 responden (3,3%) berpendapat apabila bengkel sepeda motornya sudah bagus, untuk itu mengabaikan saran dan kritik dari konsumen.

**Tabel 4.3.3. Mempertahankan Kualitas Mutu Suku Cadang Sepeda Motor dan Jasa Servis Sepeda Motor**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Menurut responden itu sudah menjadi prioritasnya dari bengkel sepeda motornya, dengan kualitas mutu yang diberikan merupakan salah satu kepuasan yang mutlak dan terutama untuk didapatkan konsumen, jika kurang memuaskan akan membuat konsumen kecewa dan mendapatkan kompalin	21
Sepenuhnya bukan kesalahan responden sebagai pengusaha bengkel sepeda motor, tetapi bisa saja dari pemasok dan untuk jasa servis pasti memberikan kualitas yang baik	4
Dalam mempertahankan kualitas mutu suku cadang dan jasa servis sepeda motor kepada konsumen itu pasti, akan tetapi tidak menutup kemungkinan ada kekurangan	2

Menurut responden yang bisa menilai pembeli atau konsumen	3
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui sebanyak 21 responden (70%) sudah menjadi prioritasnya dari bengkel sepeda motornya, dengan kualitas mutu yang diberikan merupakan salah satu kepuasan yang mutlak dan terutama untuk didapatkan konsumen, jika kurang memuaskan akan membuat konsumen kecewa dan mendapatkan komplain, ada 4 responden (13,3%) menyatakan sepenuhnya bukan kesalahannya, tetapi bisa saja dari pemasok dan untuk jasa servis pasti memberikan kualitas yang baik, hanya 2 responden (6,7%) menyatakan dalam mempertahankan kualitas mutu suku cadang dan jasa servis sepeda motor kepada konsumen itu pasti, akan tetapi tidak menutup kemungkinan ada kekurangan, dan ada 3 responden (10%) berpendapat yang bisa menilai pembeli atau konsumen.

**Tabel 4.3.4. Mencari Konsumen Baru Untuk Memperluas Cakupan Penjualan Suku Cadang dan Jasa Servis Sepeda Motor**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Menurut responden dengan mencari konsumen baru akan membuat usaha bengkel sepeda motornya semakin dikenal masyarakat, serta dapat meningkatkan omset maupun pendapatan	8
Melihat dari usaha bengkel sepeda motornya yang sudah berjalan lama dan ramai, untuk itu responden akan mempertimbangkan kembali karena bengkel sepeda motornya telah memberikan pelayanan yang terbaik	12
Responden lebih memilih konsumen datang sendiri ke bengkel sepeda motornya dibandingkan harus mencari konsumen baru dan konsumen mayoritas berlangganan di bengkel sepeda motornya yang akan merekomendasikan ke teman atau keluarganya	10
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui ada 8 responden (26,7%) menyatakan dengan mencari konsumen baru akan

membuat usaha bengkel sepeda motornya semakin dikenal masyarakat, serta dapat meningkatkan omset maupun pendapatan, sebanyak 12 responden (40%) akan mempertimbangkan kembali karena bengkel sepeda motornya telah memberikan pelayanan yang terbaik, dan dapat dilihat usaha bengkel sepeda motor yang berjalan lama dan ramai, dan terdapat 10 responden (33,3%) lebih memilih konsumen datang sendiri ke bengkel sepeda motornya dibandingkan harus mencari konsumen baru dan konsumen mayoritas berlangganan di bengkel sepeda motornya yang akan merekomendasikan ke teman atau keluarganya.

#### **4.2.3. Pengambilan Resiko**

Pengambilan Resiko merupakan kegiatan atau proses yang terarah yang akan ditujukan untuk mengakomodasi kemungkinan gagal pada salah satu, atau sebagian dari suatu usaha. Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.4. Tanggapan Responden Akan Pengambilan Resiko**

Keterangan	Jawaban										Total Score	Rata-Rata	Kategori
	SS (5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Bersedia memberikan garansi suku cadang sepeda motor dan memberikan garansi jasa servis sepeda motor kepada konsumen	5	25	12	48	7	21	5	10	1	1	105	3,50	Tinggi
Bersedia meminjam dana di lembaga keuangan seperti bank	0	0	5	20	10	30	12	24	3	3	77	2,57	Sedang
Bersedia mengeluarkan dana untuk merenovasi bengkel sepeda motor demi kenyamanan konsumen	1	5	7	28	11	33	9	18	2	2	86	2,87	Sedang
Rata-Rata												2,98	Sedang

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa ternyata untuk pengambilan resiko rata-ratanya sebesar 2,98 dan termasuk dalam kategori sedang. Data tersebut dapat diuraikan apabila pengusaha bengkel sepeda motor bersedia memberikan garansi untuk suku cadang sepeda motor yang dibeli konsumen dan garansi jasa servis sepeda motor kepada konsumen, lebih mempertimbangkan kembali dalam meminjam dana di lembaga keuangan seperti bank, apabila diperlukan untuk kenyamanan konsumen maka pengusaha bengkel

sepeda motor bersedia mengeluarkan dana untuk merenovasi bengkel sepeda motornya.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jawaban *open quest* atau kuesioner terbuka dari 30 responden sebagai berikut:

**Tabel 4.4.1. Memberikan Garansi Suku Cadang dan Jasa Servis Sepeda Motor Kepada Konsumen**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Garansi yang diberikan responden untuk menjaga kepercayaan konsumen dan konsumen tetap percaya akan produk suku cadang dan jasa servis dibengkel sepeda motornya, serta bagi responden dengan memberikan garansi itu sudah menjadi tanggung jawab bengkel sepeda motornya, tetapi dengan ketentuan yang sudah disepakati yaitu 1x24 jam	17
Responden akan mempertimbangkan untuk memberikan garansi ke konsumen, sebab garansi belum tentu mampu membuat konsumen puas dan percaya	7
Menurut responden pemberian garansi ini tidak sangat efektif, karena belum tentu bisa membuat konsumen yakin dan akan merugikan bengkel sepeda motornya	6
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui sebanyak 17 responden (56,7%) berpendapat Garansi yang diberikan responden untuk menjaga kepercayaan konsumen dan konsumen tetap percaya akan produk suku cadang dan jasa servis dibengkel sepeda motornya, serta bagi responden dengan memberikan garansi itu sudah menjadi tanggung jawab bengkel sepeda motornya, tetapi dengan ketentuan yang sudah disepakati yaitu 1x24 jam, terdapat 7 responden (23,3%) akan mempertimbangkan untuk memberikan garansi kepada konsumen, sebab garansi belum tentu mampu membuat konsumen puas atau percaya, dan ada 6 responden (20%) menyatakan dalam pemberian garansi ini tidak sangat efektif, karena belum tentu bisa membuat konsumen yakin dan akan merugikan bengkel sepeda motornya.

**Tabel 4.4.2. Meminjam Dana di Lembaga Keuangan Bank**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Dalam membuka usaha bengkel sepeda motor responden memerlukan banyak modal agar bengkel sepeda motornya semakin berkembang dan tidak kalah bersaing, serta dapat melengkapi suku cadang sepeda motor yang belum tersedia	5
Responden masih mempertimbangkan meminjam dana dibank, karena sampai saat ini belum membutuhkan, sehingga belum terpikirkan untuk meminjam dana dan terdapat resiko	10
Responden tidak berminat, karena akan menambah permasalahan keuangan dengan biaya bunga yang terlalu tinggi dan resiko yang tinggi pula, serta dana yang responden miliki ini sudah mencukupi untuk modal usaha bengkel sepeda motornya	15
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui hanya 5 responden (16,7%) menyatakan apabila Dalam membuka usaha bengkel sepeda motor responden memerlukan banyak modal agar bengkel sepeda motornya semakin berkembang dan tidak kalah bersaing, serta dapat melengkapi suku cadang sepeda motor yang belum tersedia, terdapat 10 responden (33,3%) masih mempertimbangkan dalam meminjam dana dibank, karena sampai saat ini belum membutuhkan sehingga belum terpikirkan untuk meminjam dana dan terdapat resikonya, sebanyak 15 responden (50%) tidak berminat, karena akan menambah permasalahan keuangan dengan biaya bunga yang terlalu tinggi dan resiko yang tinggi pula, serta dana yang responden miliki ini sudah mencukupi untuk modal usaha bengkel sepeda motornya.

**Tabel 4.4.3. Mengeluarkan Dana Untuk Merenovasi Bengkel Sepeda**

**Motor Demi Kenyamanan Konsumen**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Dengan merenovasi bengkel sepeda motornya akan membuat konsumen menjadi nyaman saat menunggu sepeda motornya diperbaiki dan itu penting kenyamanan untuk konsumen	8
Responden butuh pertimbangan, dikarenakan dana untuk merenovasi cukup besar	10
Butuh keluar dana untuk merenovasi bengkel sepeda motornya, dan lebih baik dialokasikan dananya ke permodalan suku caadang sepeda motor	12
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui ada 8 responden (26,7%) berpendapat dengan merenovasi bengkel sepeda motornya akan membuat konsumen menjadi nyaman saat menunggu sepeda motornya diperbaiki dan itu penting kenyamanan untuk konsumen, terdapat 10 responden (33,3%) butuh pertimbangan, karena dana untuk merenovasi cukup besar, dan sebanyak 12 responden (40%) menyatakan butuh keluar dana untuk merenovasi bengkel sepeda motornya, dan lebih baik dialokasikan dananya ke permodalan suku caadang sepeda motor.

**4.2.4. Agresivitas Bersaing**

Agresivitas Bersaing adalah intensitas untuk dapat mengguguli pesaing dengan ditandai oleh sikap atau tanggapan ofensif, dan memiliki respon yang tanggap terhadap tindakan dari pesaing. Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.5. Tanggapan Responden Akan Agresivitas Bersaing**

Keterangan	Jawaban										Total Score	Rata-Rata	Kategori
	SS (5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Memberikan potongan harga suku cadang dan jasa servis sepeda motor menjelang hari Raya seperti Lebaran	2	10	6	24	10	30	11	22	1	1	87	2,90	Sedang
Bersaing secara sehat tanpa menjatuhkan usaha bengkel sepeda motor milik orang lain	10	50	12	48	8	24	0	0	0	0	122	4,07	Tinggi
Lokasi tempat usaha bengkel sepeda motor yang mudah dijangkau atau strategis	4	20	11	44	13	39	2	4	0	0	107	3,57	Tinggi
Rata-Rata												3,51	Tinggi

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa ternyata untuk agresivitas bersaing rata-ratanya sebesar 3,51 dan termasuk dalam kategori tinggi. Data tersebut dapat diuraikan apabila pengusaha bengkel sepeda motor kurang memberikan potongan harga bagi konsumen yang membeli suku cadang sepeda motor dan jasa servis sepeda motor menjelang hari Raya seperti lebaran, mampu bersaing secara sehat tanpa menjatuhkan usaha bengkel sepeda motor milik orang

lain, memiliki lokasi usaha bengkel sepeda motor yang mudah dijangkau atau strategis.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jawaban *open quest* atau kuesioner terbuka dari 30 responden sebagai berikut:

**Tabel 4.5.1. Memberikan Potongan Harga Suku Cadang dan Jasa Servis Sepeda Motor Menjelang Hari Raya Lebaran**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Menurut responden, dengan memberikan potongan harga suku cadang dan jasa servis sepeda motor pada hari Raya menjelang lebaran maka akan membuat konsumen lebih antusias dan tertarik datang ke bengkel sepeda motornya	8
Responden akan mempertimbangkan kembali untuk kedepannya, apabila bisa meningkatkan omset dan pendapatan bengkel sepeda motornya	10
Responden tidak akan memberikan potongan suku cadang dan jasa servis sepeda motor dan akan dibuat bonus pegawai sebagai THR	6
Karena menjelang hari Raya lebaran harga dari distributor atau pemasoknya naik dan produk suku cadang sepeda motor banyak yang kosong, maka harga suku cadang sepeda motor naik dan tidak ada potongan harga suku cadang sepeda motor	6
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui terdapat 8 responden (26,7%) menyatakan dengan memberikan potongan harga suku cadang dan jasa servis sepeda motor pada hari Raya menjelang lebaran maka akan membuat konsumen lebih antusias dan tertarik datang ke bengkel sepeda motornya, sebanyak 10 responden (33,3%) akan mempertimbangkan kembali untuk kedepannya, apabila bisa meningkatkan omset dan pendapatan bengkel sepeda motornya, ada 6 responden (20%) tidak akan memberikan potongan suku cadang dan jasa servis sepeda motor dan akan dibuat bonus pegawai sebagai THR atau Tunjangan Hari Raya, dan 6 responden (20%) berpendapat apabila menjelang hari Raya lebaran harga dari distributor atau pemasoknya naik dan produk suku

cadang sepeda motor banyak yang kosong, maka harga suku cadang sepeda motor naik dan tidak ada potongan harga suku cadang sepeda motor.

**Tabel 4.5.2. Bersaing Secara Sehat Tanpa Menjatuhkan Usaha Bengkel Sepeda Motor Milik Orang Lain**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Menurut responden tidak perlu menjatuhkan usaha bengkel sepeda motor milik orang lain untuk membuat usaha bengkel sepeda motornya sukses, karena responden mengutamakan kejujuran serta kualitas yang diberikan untuk konsumen	10
Bagi responden rejeki sudah ada yang mengatur, jadi tidak perlu menjatuhkan usaha bengkel sepeda motor milik lain dan sudah menjadi prinsip dari pengusaha bengkel sepeda motor	12
Dapat dilihat dari sudut pandang masyarakat wilayah Semarang dan konsumen yang bisa menilai sendiri	8
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui terdapat 10 responden (33,3%) menyatakan tidak perlu menjatuhkan usaha bengkel sepeda motor milik orang lain untuk membuat usaha bengkel sepeda motornya sukses, karena responden mengutamakan kejujuran serta kualitas yang diberikan untuk konsumen, sebanyak 12 responden (40%) berpendapat jika rejeki sudah ada yang mengatur, jadi tidak perlu menjatuhkan usaha bengkel sepeda motor milik lain dan sudah menjadi prinsip dari pengusaha bengkel sepeda motor, dan ada 8 responden (26,7%) beranggapan apabila apat dilihat dari sudut pandang masyarakat wilayah Semarang dan konsumen yang bisa menilai sendiri.

**Tabel 4.5.3. Lokasi Usaha Bengkel Sepeda Motor Mudah Dijangkau  
Atau Strategis**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Menurut responden penting sekali memiliki lokasi usaha bengkel sepeda motor yang mudah dijangkau dan strategis, karena berada dipinggir jalan raya yang mudah ditemukan konsumen	15
Sudut pandang orang itu berlainan, maka responden tidak bisa menentukan strategis atau tidaknya	13
Responden beranggapan apabila bengkel sepeda motor kurang strategis karena berada dijalur cepat dan kurang mudah diakses konsumen	2
<b>Total</b>	<b>30</b>

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui sebanyak 15 responden (50%) menyatakan apabila penting sekali memiliki lokasi usaha bengkel sepeda motor yang mudah dijangkau dan strategis, karena berada dipinggir jalan raya yang mudah ditemukan konsumen, terdapat 13 responden (43,3%) berpendapat jika sudut pandang orang itu berlainan, maka responden tidak bisa menentukan strategis atau tidaknya, dan hanya 2 responden (6,7%) beranggapan apabila bengkel sepeda motor kurang strategis karena berada dijalur cepat dan kurang mudah diakses konsumen.

#### **4.2.5. Otonomi**

Otonomi adalah cara kerja secara mandiri, baik dalam mengambil keputusan dan mengambil tindakan yang bertujuan memajukan usahanya. Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.6. Tanggapan Responden Akan Otonomi**

Keterangan	Jawaban										Total Score	Rata-Rata	Kategori
	SS (5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)				
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
Mampu mengambil keputusan secara mandiri tanpa campur tangan orang lain	11	55	8	32	9	27	1	2	1	1	117	3,90	Tinggi
Bersedia melakukan proses penjualan suku cadang sepeda motor dan jasa servis sepeda motor secara mandiri, serta tidak bergantung kepada pegawai	2	10	16	64	11	33	1	2	0	0	109	3,63	Tinggi
Mampu melakukan perawatan akan suku cadang sepeda motor yang dijual dan perawatan akan peralatan jasa servis untuk bengkel sepeda motor	6	30	14	56	9	27	1	2	0	0	115	3,83	Tinggi
Rata-Rata												3,79	Tinggi

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa ternyata untuk otonomi rata-ratanya sebesar 3,79 dan termasuk dalam kategori tinggi. Data tersebut dapat

diuraikan apabila pengusaha bengkel sepeda motor mampu mengambil keputusan secara mandiri dengan tepat dan tegas tanpa campur tangan orang lain termasuk pihak keluarga, bersedia melakukan proses penjualan suku cadang sepeda motor dan jasa servis sepeda motor secara mandiri serta tidak bergantung kepada pegawai, mampu melakukan perawatan akan suku cadang sepeda motor yang di jual dan mampu melakukan perawatan akan peralatan jasa servis untuk bengkel sepeda motor seperti: obeng, kunci-kunci, kompresor sepeda motor, dan lainnya.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jawaban *open quest* atau kuesioner terbuka dari 30 responden sebagai berikut:

**Tabel 4.6.1. Mengambil Keputusan Secara Mandiri Tanpa Campur Tangan Orang Lain Termasuk Keluarga**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Kunci sukses dari seorang pengusaha mampu mengambil keputusan secara mandiri dengan tepat dan tegas, serta memiliki pendirian yang kuat dalam mengambil keputusan	12
Responden dapat mengambil suatu keputusan secara mandiri, karena untuk mengantisipasi hal buruk atau tidak diinginkan dan responden sudah berpengalaman, maka keputusan yang diambil secara mandiri itu penting	7
Responden butuh pertimbangan dahulu dari pihak keluarga seperti istri, demi keberlangsungan usaha bengkel sepeda motornya, serta hasil dari masukan keluarga ada yang diambil dan ada yang tidak	9
Keputusan yang responden ambil merupakan kesepakatan dari keluarga, jika tidak akan menimbulkan konflik	2
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui sebanyak 12 responden (40%) menyatakan kunci sukses dari seorang pengusaha mampu mengambil keputusan secara mandiri dengan tepat dan tegas, serta memiliki pendirian yang kuat dalam mengambil keputusan, ada 7 responden (23,3%) dapat mengambil suatu keputusan secara mandiri, karena untuk

mengantisipasi hal buruk atau tidak diinginkan dan responden sudah berpengalaman, maka keputusan yang diambil secara mandiri itu penting, terdapat 9 responden (30%) butuh pertimbangan dahulu dari pihak keluarga seperti istri, demi keberlangsungan usaha bengkel sepeda motornya, serta hasil dari masukan keluarga ada yang diambil dan ada yang tidak, dan hanya 2 responden (6,7%) berpendapat keputusan yang akan ambil merupakan kesepakatan dari keluarga, jika tidak akan menimbulkan konflik.

**Tabel 4.6.2. Bersedia Melakukan Proses Penjualan Suku Cadang dan Jasa Servis Sepeda Motor Serta Tidak Bergantung Kepada Pegawai**

Hasil Jawaban	Jumlah Responden
Sebelum memulai usaha bengkel sepeda motor responden sudah mampu menguasai, jadi tidak harus mengandalkan pegawai dan harus saling membantu apabila keadaan ramai	18
Terkadang responden memerlukan pegawai dikala sedang sibuk atau ada keperluan medesak, dan pegawai sudah mengetahui tugasnya	11
Dalam bekerja di bengkel sepeda motor sepeda motor sangat dibutuhkan kekompakan	1
Total	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui sebanyak 18 responden (60%) menyatakan sebelum memulai usaha bengkel sepeda motor responden sudah mampu menguasai, jadi tidak harus mengandalkan pegawai dan harus saling membantu apabila keadaan ramai, terdapat 11 responden (36,7%) memerlukan pegawai dikala sedang sibuk atau ada keperluan medesak, dan pegawai sudah mengetahui tugasnya, dan hanya 1 responden (3,3%) berpendapat apabila dalam bekerja di bengkel sepeda motor sepeda motor sangat dibutuhkan kekompakan.

**Tabel 4.6.3. Melakukan Perawatan Suku Cadang dan Peralatan Jasa Servis  
Untuk Bengkel Sepeda Motor**

<b>Hasil Jawaban</b>	<b>Jumlah Responden</b>
Responden telah menguasai dan mampu melakukan perawatan suku cadang sepeda motor dan peralatan jasa servis bengkel sepeda motor penting agar tidak rusak dan kondisinya tetap bagus, serta sudah menjadi tanggung jawab responden	20
Karena tanggung jawab bersama bukan hanya tanggung jawab pegawai, dan untuk peralatan jasa servis sepeda motor lebih menugaskan pegawai yang melakukan perawatan	9
Sebab responden terlalu sibuk dan menyerahkan tugas perawatan suku cadang dan peralatan jasa servis untuk bengkel sepeda motor kepada pegawai	1
<b>Total</b>	<b>30</b>

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel hasil jawaban kuesioner terbuka diatas diketahui sebanyak 20 responden (66,7%) menyatakan telah menguasai dan mampu melakukan perawatan suku cadang sepeda motor dan peralatan jasa servis bengkel sepeda motor penting agar tidak rusak dan kondisinya tetap bagus, serta sudah menjadi tanggung jawab responden, terdapat 9 responden (30%) berpendapat apabila itu merupakan tanggung jawab bersama bukan hanya tanggung jawab pegawai, dan untuk peralatan jasa servis sepeda motor lebih menugaskan pegawai yang melakukan perawatan, dan hanya 1 responden (3,3%) yang beranggapan jika responden terlalu sibuk dan menyerahkan tugas perawatan suku cadang dan peralatan jasa servis untuk bengkel sepeda motor kepada pegawai.

Berikut ini adalah hasil rekapitulasi untuk masing-masing dimensi orientasi kewirausahaan yaitu:

**Tabel 4.7. Rekapitulasi Dari Tiap Dimensi**

No	Dimensi	Rata-Rata Skor	Kategori
1.	Inovasi	3,34	Sedang
2.	Proaktif	3,46	Tinggi
3.	Pengambilan Resiko	2,98	Sedang
4.	Agresivitas Bersaing	3,51	Tinggi
5.	Otonomi	3,79	Tinggi
Rata-Rata		3,42	Tinggi

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa ternyata rata-rata skor dari keseluruhan dimensi orientasi kewirausahaan pengusaha bengkel sepeda motor di Semarang sebesar 3,42 dan termasuk dalam kategori tinggi. Data tersebut dapat diuraikan dari dimensi inovasi dan pengambilan resiko yang termasuk dalam kategori sedang, dan dimensi proaktif, agresivitas bersaing, otonomi termasuk dalam kategori tinggi. Secara hasil keseluruhan dari lima dimensi tersebut didapatkan rata-rata skor yang menyatakan orientasi kewirausahaan pengusaha bengkel sepeda motor di Semarang termasuk dalam kategori tinggi.

Dimensi inovasi dan pengambilan resiko termasuk dalam kategori sedang artinya responden yaitu pengusaha bengkel sepeda motor di Semarang memiliki tingkat inovasi, pengambilan resiko pada usahanya masih tergolong sedang atau cukup, dan dalam artian tidak sangat rendah, rendah, tinggi, dan sangat tinggi. Karena pengusaha bengkel sepeda motor termasuk dalam skala usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih senilai 50 juta rupiah sampai 500 juta rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), serta memiliki hasil penjualan tahunan atau omset sebesar 300 juta rupiah sampai dengan 2,5 miliar rupiah.

Maka inovasi dari responden dengan menambah produk suku cadang sepeda motor matic, membeli alat servis sepeda motor injeksi, gebrakan pelayanan suku cadang sepeda motor dan jasa servis sepeda motor, menjalin kerja sama dengan konsumen sudah cukup baik dilakukan oleh responden pengusaha bengkel sepeda motor. Untuk pengambilan resiko seperti responden memberikan garansi suku cadang sepeda motor dan jasa servis kepada konsumen, meminjam dana di bank untuk menunjang permintaan akan suku cadang sepeda motor, dan merenovasi bengkel sepeda motor sudah dilakukan cukup baik juga oleh responden pengusaha bengkel sepeda motor.

Sementara untuk dimensi proaktif, agresivitas bersaing, otonomi termasuk dalam kategori tinggi artinya responden yaitu pengusaha bengkel sepeda motor di Semarang memiliki tingkat proaktif, agresivitas bersaing, otonomi pada usaha yang tergolong tinggi. Karena usaha mereka dalam skala usaha kecil memiliki kekayaan bersih senilai 50 juta rupiah sampai 500 juta rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), serta memiliki hasil penjualan tahunan atau omset sebesar 300 juta rupiah sampai dengan 2,5 miliar rupiah. Dalam mengembangkan usaha bengkel sepeda motor dengan cara promosi sudah dilakukan sebagian responden dan sebagian responden lain belum terlalu membutuhkan promosi, responden mau menerima saran dan kritik demi perbaikan kemajuan usaha bengkel sepeda motornya, responden selalu mempertahankan kualitas mutu suku cadang sepeda motor dan jasa servis sepeda motor yang diberikan kepada konsumen, responden kurang memperluas cakupan penjualan akan suku cadang sepeda motor dan jasa servis sepeda motor. Sebagian dari

responden sudah memberikan potongan harga suku cadang sepeda motor dan jasa servis sepeda motor dihari Raya seperti menjelang lebaran, memiliki lokasi usaha bengkel sepeda motor yang mudah dijangkau, dalam menjalankan usaha bengkel sepeda motor responden bersaing secara sehat. Selain itu, responden mampu mengambil keputusan secara mandiri, bersedia melakukan proses penjualan suku cadang sepeda motor dan jasa servis sepeda motor kepada konsumen, serta mampu melakukan perawatan suku cadang sepeda motor yang dijual dan peralatan jasa servis untuk bengkel sepeda motor.

Melihat dari lima dimensi yang ada, dimensi pengambilan resiko merupakan nilai terendah yaitu dengan nilai rata-rata 2,98 dan termasuk dalam kategori sedang. Kurangnya pengambilan resiko yang dilakukan responden dalam pemberian garansi kepada konsumen, responden kurang berani mengambil resiko untuk meminjam dana dibank demi menunjang permodalan akan suku cadang sepeda motor, dan kurangnya kesadaran responden akan merenovasi bengkel sepeda motor agar konsumen merasa nyaman saat melakukan pembelian suku cadang dan jasa servis sepeda motor. Dimensi otonomi merupakan nilai tertinggi yaitu dengan nilai rata-rata 3,79 dan termasuk dalam kategori tinggi. Responden mampu mengambil keputusan secara mandiri dengan tepat dan tegas tanpa campur tangan orang lain termasuk keluarga, bersedia melakukan proses penjualan akan suku cadang sepeda motor dan peralatan jasa servis untuk bengkel sepeda motor secara mandiri serta tidak bergantung kepada pegawainya, responden mampu untuk melakukan perawatan akan suku cadang sepeda motor dan peralatan jasa servis untuk bengkel sepeda motor.