BAB IV

ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Kuesioner disebarkan terhadap 30 penjual bakmi jowo yang ada di Kota Semarang. Berikut adalah tabel yang menunjukan gambaran umum responden penelitian :

Tabel 4.1. Gambaran Umum Responden

No	Keterangan	Jumlah
1.	Lama usaha:	
	a. 3-10	13 (43,3%)
	b. 10-20	12 (40%)
	c. >20	5 (16,7%)
2.	Karyawan:	
	a. 1	11 (36,7%)
	b. 2	14 (46,7%)
	c. >3	5 (16,6%)

Sumber: Data primer 2016

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar lama usaha berdiri 3-10 tahun. Dan juga diketahui bahwa sebagian besar hanya memiliki 1 karyawan dengan jumlah 11 penjual bakmi jowo dari total 30 penjual bakmi jowo. Dan yang lebih dari 20 tahun hanya berjumlah 5 penjual bakmi jowo saja,dan kebanyakan yang sudah lebih dari 20 tahun memiliki karyawan lebih banyak dibandingankan dengan penjual bakmi jowo yang sudah berjualan dibawah 20 tahun. Ini membuktikan bahwa apabila penjual bakmi jowo semakin

lama dia berjualan akan membutuhkan karyawan lebih untuk membantunya dalam melayani pelanggan yang datang. Karena apabila terlalu lama dalam melayani pelanggan akan membuat pelanggan merasa kecewa dalam hal pelayanan.

4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dibahas mengenai karakteristik kewirausahaan berdasarkan teori *William D Bygrave* (1986), yaitu :

4.2.1 *Dream*

Seorang wirausahawan pasti memiliki sebuah mimpi, yang dimaksud mimpi adalah sebuah keinginan yang bisa ia wujudkan dengan melihat kemampuan yang ia miliki

Tabel 4.2. Karakteristik kewirausahaan penjual bakmi jowo yang ada di Semarang berdasarkan indikator *Dream*

No	Keterangan *Dream*	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah skor	Rata-rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Punya keinginan untuk memperkenalakan bakmi jowo ke masyarakat luas	6 (20%)	30	19 (63,3%)	76	5 (16,7%)	15					121	4,03	Tinggi
2	Ingin membuka cabang baru	2 (6,7%)	10	16 (53,%)	64	6 (20%)	18	6 (20%)	12			104	3,46	Tinggi
3	Bisa meminimalisir kerugian apabila bakmi jowo tidak terjual habis	9 (30%)	45	21 (70%)	84							129	4,3	Tinggi
	Rata-rata :											118	3,93	Tinggi

Berdasarkan hasil tabel di atas maka penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki karakteristik kewirausahaan bermimpi yang tinggi karena hasil dari setiap indikator, memiliki skor yang tinggi.

Pada hasil jawaban responden pada indikator *Dream* yang memiliki skor tertinggi 4,3 adalah semua penjual bisa meminimalisir kerugian apabila bakmi jowo tidak terjual habis, karena apabila tidak terjual habis bahan baku tidak semuanya bisa digunakan ke esokan harinya/ rugi (contohnya saja mie akan menjadi mengecil dan menjadi keras setelah 1 hari).

Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah 3,46 adalah membuka cabang baru, karena dalam hal membuka cabang baru tidak semudah yang dibayangkan dan 12 (40%) penjual bakmi jowo di Semarang menyadari hal tersebut. Disebabkan membutuhkan karyawan yang bisa di percaya untuk dapat mengurusi seluruh pekerjaan bakmi jowo terutama dalam hal memasak bakmi jowo, dan juga sulit mencari karyawan yang jujur dan bisa dipercaya untuk mengurusi usaha bakmi jowo tersebut.

Dan juga 25 (83,3%) penjual bakmi jowo yang ada di Semarang ingin memperkenalkan bakmi jowonya kemasyarakat luas agar bakmi jowonya lebih dikenal oleh masyarakat.

4.2.2 *Decisiveness*

Tegas adalah salah satu kunci dari kesuksesan para wirausahawan.

Tabel 4.3. Karakteristik kewirausahaan penjual bakmi jowo yang ada di Semarang berdasarkan indikator *Decisiveness*

No	Keterangan *Decisiveness*	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah skor	Rata-rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Berani mempromosikan bakmi jowonya dengan mengikuti food festival/ membuat menu bakmi jowo sehat	3 (10%)	15	2 (6,7%)	8	7 (23,3%)	21	16 (53,3%)	32	2 (6,7%)	2	78	2,6	Rendah
2	Berani membeli peralatan bakmi jowo terlebih dahulu sebelum yang biasa digunakan rusak	1 (3,3%)	5	2 (6,7%)	8	8 (26,7%)	24	12 (40%)	24	7 (23,3%)	7	68	2,67	Rendah
3	Berani membimbing karyawan apabila berpotensi menjadi karyawan yang bisa di percaya	1 (3,3%)	5	4 (13,3%)	16	14 (46,8%)	42	10 (33,%)	20	1 (3,3%)	1	84	2,8	Rendah
4	Berani memotong gaji karyawan apabila melakukan kesalahan fatal seperti menjatuhkan bumbu bakmi jowo	1 (3,3%)	5	9 (30%)	36	9 (30%)	27	9 (30%)	18	2 (6,7%)	2	88	2,93	Rendah
	Rata-rata :											79,5	2,75	Rendah

Berdasarkan hasil tabel diatas maka penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki karakteristik kewirausahaan ketegasan yang rendah karena hasil dari setiap indikator, memiliki skor yang rendah.

Pada hasil jawaban responden pada indikator *Decisiveness* yang memiliki skor tertinggi 2,93 adalah berani memotong gaji karyawan apabila melakukan kesalahan fatal seperti menjatuhkan bumbu bakmi jowo, yang menunjukan bahwa 20 (66,7%) penjual bakmi jowo kurang tegas dalam hal memotong gaji karyawan.

Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah 2,67 adalah berani membeli peralatan bakmi jowo terlebih dahulu sebelum yang biasa digunakan rusak, dikarenakan 27 (90%) penjual bakmi jowo menganggap peralatan yang mereka gunakan masih terlihat bagus serta tidak suka mengganti peralatan yang sudah biasa mereka gunakan.

Dan dalam hal mengikuti festival makanan dan menjadikan karyawan biasa menjadi karyawan yang bisa dipercaya, lebih dari 24 (80%) penjual bakmi jowo yang ada di Semarang tidak berani mengambil resiko tersebut.

4.2.3. *Doers*

Mereka (pemilik usaha bakmi jowo) harus sudah mengerti pekerjaan apa yang harus dilakukan sebelum menyuruh orang lain.

Tabel 4.4. Karakteristik kewirausahaan penjual bakmi jowo yang ada di Semarang berdasarkan indikator *Doers*

No	Keterangan *Doers*	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah skor	Rata-rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Saya (pemilik bakmi jowo) yakin bisa mempromosikan bakmi jowo	4 (13,3%)	20	6 (20%)	24	18 (60%	54	2 (6,7%)	4			102	3,4	Tinggi
2	Saya (pemilik bakmi jowo) harus bisa memasak bakmi jowo	27 (90%)	135	3 (10%)	12							147	4,9	Tinggi
3	Saya (pemilik bakmi jowo) harus tegas dan berani dalam memerintah karyawan	8 (26,7%)	40	19 (63,%)	76	3 (10%)	9					125	4,16	Tinggi
4	Saya (pemilik bakmi jowo) bisa menulis pembukuan bakmi jowo			10 (33,3%)	40	6 (20%)	18	14 (46,7%)	28			86	2,86	Rendah
	Rata-rata :											115	3,83	Tinggi

Berdasarkan hasil tabel di atas maka penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki karakteristik kewirausahaan pelaku yang tinggi karena hasil dari indikator, memiliki skor yang tinggi.

Pada hasil jawaban responden pada indikator *Doers* yang memiliki skor tertinggi 4,9 adalah saya(pemilik bakmi jowo) harus bisa memasak bakmi jowo, karena apabila mereka tidak bisa memasak bakmi jowo mereka semua tidak akan berani membuka usaha bakmi jowo.

Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah 2,86 adalah saya (pemilik bakmi jowo) bisa menulis pembukuan bakmi jowo, karena menurut 20 (66,7%) penjual bakmi jowo yang ada di Semarang pembukan bakmi jowo tidaklah begitu penting. Dalam hal mempromosikan bakmi jowo mereka kurang mengerti bagaimana cara mempromosikan bakmi jowonya.

4.2.4. *Determination*

Seorang wirausahawan memiliki komitmen yang tinggi terhadap usaha, dan mereka tidak mudah menyerah.

Tabel 4.5. Karakteristik kewirausahaan penjual bakmi jowo yang ada di Semarang berdasarkan indikator *Determination*

No	Keterangan *Determination*	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah skor	Rata-rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Walaupun tangan sudah pegal tetap melanjutkan memasak bakmi jowo	12 (40%)	60	16 (53,4%)	64	1 (3,3%)	3	1 (3,3%)	2			129	4,3	Tinggi
2	Tetap membimbing karyawan walaupun karyawan tersebut melakukan kesalahan	2 (6,7%)	10	13 (43,3%)	52	15 (50%)	45					107	3,56	Tinggi
3	Walaupun pada awal membuka usaha sepi dan rugi, saya tetap melanjutkan usaha bakmi jowo ini	18 (60%)	90	11 (36,7%)	44	1 (3,3%)	3					137	4,56	Tinggi
	Rata-rata :											124,3	4,14	Tinggi

Berdasarkan hasil tabel diatas maka penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki karakteristik kewirausahaan determinasi yang tinggi karena hasil dari tiap indikator, memiliki skor yang tinggi.

Pada hasil jawaban responden pada indikator *Determination* yang memiliki skor tertinggi 4,56 adalah walaupun pada awal membuka usaha bakmi jowo sepi saya tetap melanjutkan usaha bakmi jowo ini, karena 29 (96,7%) penjual bakmi jowo yang ada di Semarang yakin bahwa semua usaha pasti pada awalnya akan mengalami kerugian.

Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah 3,56 adalah tetap membimbing karyawan walaupun ia telah melakukan kesalahan, karena 15 (50%) dari 30 para penjual bakmi jowo yang ada di Semarang melihat terlebih dahulu alasan karyawan melakukan kesalahan.

Apabila tangan sudah merasa pegal ketika sedang memasak dianggap sebagai tanda bahwa usaha mereka sedang berjalan dengan baik dan itu adalah hal yang wajar, dan 28 (93,3%) sadar akan hal tersebut.

4.2.5. *Dedication*

Seorang wirausahawan memiliki dedikasi yang tinggi terhadap usahanya, walaupun terkadang mengorbankan hubungan mereka dengan teman / keluarganya, dan bekerja tidak kenal lelah.

Tabel 4.6. Karakteristik kewirausahaan penjual bakmi jowo yang ada di Semarang berdasarkan indikator *Dedication*

No	Keterangan *Dedication*	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah skor	Rata-rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Setiap hari harus mempromosikan bakmi jowo agal dikenal oleh masyarakat	3 (10%)	15	3 (10%)	12	6 (20%)	18	17 (56,7%)	34	1 (3,3%)	1	80	2,6	Rendah
2	Membuka usaha warung bakmi jowo tiap hari	20 (66,7%)	100	7 (23,3%)	28	3 (10%)	9					137	4,56	Tinggi
3	Setiap hari membimbing karyawan kepercayaan			6 (20%)	24	18 (60%)	54	6 (20%)	12			90	3	Tinggi
	Rata-rata :											102,3	3,38	Tinggi

Berdasarkan hasil tabel di atas maka penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki karakteristik kewirausahaan *dedication* yang tinggi karena hasil dari indikator, memiliki skor yang tinggi.

Pada hasil jawaban responden pada indikator *Dedication* yang memiliki skor tertinggi 4,56 adalah membuka warung bakmi jowo setiap hari, karena apabila tidak membuka usaha setiap hari para penjual bakmi jowo yang ada di Semarang beranggapan bahwa itu akan merugikan dan 27 (90%) dari 30 penjual memiliki pendapat yang sama.

Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah 2,6 adalah mempromosikan bakmi jowo setiap hari agar dikenal oleh masyarakat, dikarenakan 24 (80%) penjual bakmi jowo yang ada di Semarang tidak mau keluar uang hanya untuk promosi saja tiap harinya.

Dan dalam hal membimbing karyawan setiap hari, 24 (80%) penjual bakmi jowo yang ada di Semarang melakukan hal sama karena apabila tidak tiap hari karyawan bisa melupakan bagaimana caranya memasak yang diajarkan oleh pemilik.

4.2.6. *Devotion*

Seorang wirausahawan biasanya menyukai apa yang mereka kerjakan/ usaha yang sedang ia tekuni.

Tabel 4.7. Karakteristik kewirausahaan penjual bakmi jowo yang ada di Semarang berdasarkan indikator *Devotion*

No	Keterangan *Devotion*	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah skor	Rata-rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Bila mendapat keuntungan dari usaha, digunakan untuk mempromosikannya kembali	1 (3,3%)	5	3 (10%)	12	6 (20%)	18	18 (60%)	36	2 (6,7%)	2	73	2,43	Rendah
2	Menggunakan hasil yang diperoleh dari usaha untuk membeli keperluan usaha	3 (10%)	15	27 (90%)	108							123	4,1	Tinggi
3	Setiap hari membimbing karyawan kepercayaan agar lebih terampil dalam memasak bakmi jowo	1 (3,3%)	5	8 (26,7%)	32	15 (50%)	45	5 (16,7%)	10	1 (3,3%)	1	93	3,1	Tinggi
	Rata-rata :											96,3	3,21	Tinggi

Berdasarkan hasil tabel diatas maka penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki karakteristik kewirausahaan *devotion* yang tinggi karena hasil dari indikator, memiliki skor yang tinggi.

Pada hasil jawaban responden pada indikator *Devotion* yang memiliki skor tertinggi 4,1 adalah menggunakan hasil usaha untuk keperluan usaha juga, karena semua dari penjual bakmi jowo yang ada di Semarang membuka usaha untuk usaha dan diberikan kepada keluarga.

Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah 2,43 adalah bilang mendapat keuntungan dari usaha digunakan untuk mempromosikannya kembali, karena 24 (80%) penjual bakmi jowo yang ada di Semarang menganggap bahwa promosi bermodalkan uang kurang menguntungkan..

4.2.7. *Details*

Bagi seorang wirausahawan sebuah detail sangatlah penting, karena mereka harus menguasai rincian yang bersifat kritis.

Tabel 4.8. Karakteristik kewirausahaan penjual bakmi jowo yang ada di Semarang berdasarkan indikator *Details*

No	Keterangan *Details*	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah skor	Rata-rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Mencari lokasi yang belum mengetahui tentang usaha bakmi jowonya			2 (6,7%)	8	8 (26,7%)	24	17 (56,7%)	34	3 (10%)	3	69	2,3	Rendah
2	Tidak pernah melupakan barang yang akan dibawa untuk berjualan	16 (53,3%)	80	14 (46,7%)	56							136	4,53	Tinggi
3	Mengerti karyawan yang bisa dijadikan karyawan kepercayaan	2 (6,7%)	10	17 (56,7%)	68	11 (36,7%)	33					111	3,7	Tinggi
4	Teliti dalam pembukuan bakmi jowo			6 (20%)	24	15 (50%)	45	8 (26,7%)	16	1 (3,3%)	1	86	2,86	Rendah
	Rata-rata :											100,5	3,34	Tinggi

Berdasarkan hasil tabel di atas maka penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki karakteristik kewirausahaan *details* yang tinggi karena hasil dari indikator, memiliki skor yang tinggi.

Pada hasil jawaban responden pada indikator *Details* yang memiliki skor tertinggi 4,53 adalah tidak pernah melupakan barang yang akan dibawa untuk berjualan, karena apabila melupakan barang yang akan dibawa akan berakibat fatal yaitu tidak bisa membuka usaha bakmi jowo dan semua penjual menyadari hal tersebut.

Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah 2,3 adalah mencari lokasi yang belum mengetahui tentang bakmi jowonya, karena 28 (93,3%) penjual bakmi jowo di Semarang menganggap hal tersebut kurang penting dan merepotkan saja.

4.2.8. *Destiny*

Daripada menggantungkan nasib pada atasan, seorang wirausahawan lebih suka bertanggung jawab atas nasib mereka sendiri.

Tabel 4.9. Karakteristik kewirausahaan penjual bakmi jowo yang ada di Semarang berdasarkan indikator *Destiny*

No	Keterangan *Destiny*	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah skor	Rata-rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Tidak percaya begitu saja terhadap orang yang mempromosikan bakmi jowonya			12 (40%)	48	18 (60%)	54					102	3,4	Tinggi
2	Tidak pernah membiarkan karyawan yang belum mahir dalam memasak, untuk memasak bakmi jowo	10 (33,3%)	50	19 (63,3%)	76	1 (3,3%)	3					129	4,3	Tinggi
3	Tidak percaya penuh terhadap karyawan kepercayaan	2 (6,7%)	10	14 (46,7%)	56	13 (43,3%)	39	1 (3,3%)	2			107	3,56	Tinggi
4	Yakin dengan diri sendiri akan menghasilkan uang lebih banyak daripada bekerja untuk orang lain	3 (10%)	15	9 (30%)	36	16 (53,3%)	48	2 (6,7%)	4			103	3,43	Tinggi
	Rata-rata :											110,25	3,67	Tinggi

.Berdasarkan hasil tabel di atas maka penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki karakteristik kewirausahaan *destiny* yang tinggi karena hasil dari tiap indikator, memiliki skor yang tinggi.

Pada hasil jawaban responden pada indikator *Destiny* yang memiliki skor tertinggi 4,3 adalah 29 (96,7%) dari 30 penjual tidak pernah membiarkan karyawan yang belum mahir memasak bakmi jowo untuk memasak bakmi jowo, karena apabila itu dibiarkan akan menghancurkan usaha pemilik bakmi jowo itu disebabkan oleh rasa dari bakmi jowo tersebut tidak enak.

Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah 3,4 adalah tidak percaya begitu saja terhadap orang yang mempromosikan bakmi jowonya, karena 12 (40%) penjual bakmi jowo yang ada di Semarang beranggapan bahwa masih ada orang-orang yang mau cepatnya mendapat uang tapi tidak mau melakukan pekerjaan dan sisanya tidak pernah melakukan promosi sehingga tidak memberi jawaban.

Serta dalam hal kepercayaan pada karyawan 16 (53,3%) dari 30 penjual bakmi jowo yang ada di Semarang masih tetap sering melakukan pengecekan terhadap karyawan mereka. Dan para penjual bakmi jowo yang ada di Semarang lebih yakin dengan diri sendiri akan menghasilkan uang lebih banyak dibandingkan mengikuti orang lain

4.2.9. *Dollars*

Menjadi kaya bukanlah motivasi utama bagi seorang wirausahawan, bagi mereka uang lebih dijadikan ukuran kesuksesan.

Tabel 4.10. Karakteristik kewirausahaan penjual bakmi jowo yang ada di Semarang berdasarkan indikator *Dollars*

No	Keterangan *Dollars*	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah skor	Rata-rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Tidak yakin dengan memperbanyak promosi sehingga akan lebih sukses	1 (3,3%)	5	7 (23,3%)	28	19 (63,3%)	57	3 (10%)	6			96	3,2	Tinggi
2	Menjadikan karyawan biasa menjadi karyawan yang memiliki skill memasak yang hampir sama/ bahkan sama dengan owner			8 (26,7%)	32	20 (66,7%)	60	2 (6,7%)	4			96	3,2	Tinggi
3	Ketika hasil dari usaha semakin banyak saya tidak yakin sudah sukses			7 (23,3%)	28	18 (60%)	54	4 (13,3%)	8	1	1	91	3,03	Tinggi
	Rata-rata :											94,3	3,14	Tinggi

Berdasarkan hasil tabel di atas maka penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki karakteristik kewirausahaan *dollars* yang tinggi karena hasil dari tiap indikator, memiliki skor yang tinggi

Pada hasil jawaban responden pada indikator *Dollars* yang memiliki skor tertinggi 3,2 adalah merperbanyak promosi tidak menjamin sukses dan menjadikan karyawan yang memiliki skill memasak sama dengan owner, artinya bahwa 27 (90%) dari 30 penjual bakmi jowo yang ada di Semarang tidak yakin dengan promosi akan memberikan keuntungan dan dalam hal menjadikan karyawan biasa memiliki skill memasakan yang hampir sama/ sama dengan owner mereka anggap sebuah kesuksesan juga.

Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah 3,03 adalah ketika hasil dari usaha semakin banyak owner tidak yakin sudah sukses, karena 23 (76,7%) dari 30 penjual bakmi jowo yang ada di Semarang berpikir untuk bisa lebih sukses lagi daripada mendapat keuntungan yang banyak serta beberapa dari mereka masih beranggapan bahwa hasil usaha yang didapatkan termasuk kesuksesan..

4.2.10. *Distribute*

Seorang wirausahawan harus mengetahui karyawan mana yang bisa membantunya dalam pekerjaannya, karena dengan demikian karyawan tersebut akan memperlancar usahanya.

Tabel 4.11. Karakteristik kewirausahaan penjual bakmi jowo yang ada di Semarang berdasarkan indikator *Distribute*

No	Keterangan *Distribute*	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah skor	Rata-rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Memiliki karyawan yang bisa diandalkan untuk membuka cabang bakmi jowo			16 (53,3%)	64	12 (40%)	36	2 (6,7%)	4			104	3,46	Tinggi
2	Memiliki karyawan untuk menggantikan ketika owner terlambat/ tidak bisa datang	1 (3,3%)	5	20 (66,7%)	80	6 (20%)	18	3 (10%)	6			109	3,63	Tinggi
3	Memiliki karyawan untuk mencatat pembukuan dalam 1 hari			3 (10%)	12	12 (40%)	36	14 (46,7%)	28	1 (3,3%)	1	77	2,56	Rendah
	Rata-rata :											96,6	3,21	Tinggi

Berdasarkan hasil tabel di atas maka penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki karakteristik kewirausahaan *distribute* yang tinggi karena hasil dari indikator, memiliki skor yang tinggi.

Pada hasil jawaban responden pada indikator *Distribute* yang memiliki skor tertinggi 3,63 adalah memiliki karyawan yang bisa menggantikan ketika owner terlambat/ tidak bisa datang, yang menunjukan bahwa 21 (70%) dari 30 penjual bakmi jowo yang ada di Semarang mengerti dalam hal pembagian pekerjaan apabila owner tidak bisa datang/ terlambat.

Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah 2,56 adalah memiliki karyawan untuk mencatat hasil penjualan selama 1 hari, karena 3 (10%) penjual bakmi jowo yang ada di Semarang melakukan catatan yang terjual dalam 1 hari padahal pembukan dalam 1 hari bisa membantu mereka dalam menyadarkan kinerja mereka.

Dan 16 (53,3%) dari 30 penjual bakmi jowo yang ada di Semarang sudah memiliki karyawan yang bisa dijadikan untuk membuka cabang usaha hanya mereka terbebani oleh modal yang begitu besar.

4.3 Kategori Karakteritik Kewirausahaan Penjual Bakmi Jowo yang Ada di Semarang

Kategori kewirausahaan diamati dengan membagi menjadi 2 tingkatan yaitu Tinggi dan Rendah pada setiap variabel. Kategori variabel yang dilakukan yaitu *dream, decisiveness, doers, determination, dedication, devotion, details, destiny, dollars, distribute*.

Tabel 4.12. Tabel kategori karakteristik kewirausahaan penjual bakmi jowo yang ada di Semarang

No	Karakteristik Kewirausahaan Penjual Bakmi Jowo yang Ada di Semarang	Total rata- rata skor	Kategori
1.	*Dream*	3.93	Tinggi
2.	*Decisiveness*	2.75	Rendah
3.	*Doers*	3,83	Tinggi
4.	*Determination*	4,14	Tinggi
5.	*Dedication*	3,38	Tinggi
6.	*Devotion*	3,21	Tinggi
7.	*Details*	3,34	Tinggi
8.	*Destiny*	3,67	Tinggi
9.	*Dollars*	3,14	Tinggi
10.	*Distribute*	3,21	Tinggi

Sumber: Data primer 2016

Dari hasil yang diperoleh menunjukan bahwa Karakteristik Kewirausahaan Penjual Bakmi Jowo yang Ada di Semarang memiliki kategori yang tinggi, karena total rata- rata dari keseluruhan indikator mencapai 3,46 poin. Dikatakan tinggi karena hampir semua dari tiap indikator mendapat hasil kategori yang tinggi.

Pada indikator *dream* memiliki rata- rata 3,93 poin, sehingga penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki mimpi yang tinggi karena lebih dari 25 (83,3%) para penjual bakmi jowo memiliki keinginan untuk memperkenalkan bakmi jowonya kemasyarakat luas agar banyak yang mengenal bakmi jowo buatan dari pemilik usaha. Lebih dari 20 (66,7%) penjual bakmi jowo ingin membuka cabang baru, agar dapat menambah pendapatan yang dimiliki sehingga kebutuhan keluarga tercukupi. Dan semua para penjual bakmi jowo ingin meminimalisir kerugian yang diakibatkan bahan baku sisa yang tidak terjual, karena itu sangat merugikan bagi para penjual bakmi jowo karena bahan yang sudah busuk tidak bisa di gunakan esok hari.

Pada indikator *decisiveness* memiliki rata- rata 2,75 poin, sehingga penjual bakmi jowo yang ada di Semarang kurang tegas dan cepat dalam mengambil keputusan karena usia dari usaha bakmi jowo yang belum lama, kekurangan tenaga kerja, tidak tahu bagaimana cara mengikuti festival, juga modal yang harus dibayarkan terlebih dahulu pada awal festival yang harusnya bisa digunakan untuk membeli bahan baku bakmi jowo serta lebih dari 20 (66,7%) penjual bakmi jowo tidak setuju dengan promosi. Membeli peralatan terlebih dahulu bagi 19 (66,3%) penjual bakmi jowo yang ada di Semarang dianggap terlalu boros karena peralatan yang biasa digunakan masih bisa digunakan dengan baik. Ketika melihat karyawan yang bisa dijadikan karyawan kepercayaan, hanya 5 (16,7%) penjual yang akan langsung membimbing untuk membuat bakmi jowo secara langsung agar nantinya bisa membantu pemilik bakmi jowo apabila dibutuhkan. Apabila melihat karyawan melakukan kesalahan fatal 11(36,7%) penjual bakmi jowo tidak langsung memotong gaji karyawan tetapi lebih melihat kesalahan apa yang dilakukan, namun ada juga yang langsung memotong gaji karyawan agar karyawan lebih memiliki tanggung jawab terhadap pekerjaan yang dilakukan.

Pada indikator *doers* memiliki rata- rata 3,83 poin, sehingga para penjual bakmi jowo yang ada di Semarang mengerti bahwa mereka harus ahli dalam memasak bakmi jowo terlebih dahulu setelah itu baru bisa membimbing karyawan karena apabila tidak bisa memasak bakmi jowo mereka tidak akan membuka usaha bakmi jowo. Para penjual bakmi jowo kurang bisa melakukan promosi terhadap bakmi jowonya karena faktor uang, pengetahuan yang dimiliki kurang, serta masih meragukan kegunaan dari promosi itu sendiri, serta hanya 10 (33,3%) penjual yang yakin melakukan promosi. Dan para penjual bakmi jowo tegas dalam memerintah

karyawan karena karyawan yang dimiliki tidak langsung bisa memahami pekerjaan apa yang harus dilakukan. Juga 20 (66,7%) penjual bakmi jowo kurang bisa menulis pembukuan hanya bisa menulis pembukuan sederhana dan bahkan ada yang tidak menulis pembukuan.

Pada indikator *determination* memiliki 4,14 poin, sehingga 29 (96,7%) penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki komitmen terhadap usaha mereka dan juga tidak mudah menyerah karena pada awal usaha mengalami kerugian tetapi tetap bertahan dalam persaingan sampai sekarang, dan ada 1 penjual bakmi jowo yang sempat berhenti dikarenakan keadaan ekonomi yang mendesak. Tidak peduli dengan tangan dan badan yang pegal karena terus memasak, 28 (93,3%) penjual bakmi jowo tetap melayani pelanggannya karena bagi mereka itu merupakan rejeki yang tidak boleh ditolak dan ada 2 penjual bakmi jowo apabila tangannya sudah pegal akan menyuruh karyawan yang melanjutkan. Tetap membimbing karyawan apabila melakukan kesalahan karena apabila tidak dibimbing akan melakukan kesalahan- kesalahan berikutnya, dan yakin akan kemampuan karyawan yang dimiliki.

Pada indikator *dedication* memiliki 3,38 poin, sehingga para penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki dedikasi yang tinggi terhadap bisnisnya. Setiap hari membuka usaha agar mendapatkan keuntungan guna memenuhi kebutuhan sehari- hari, karena apabila tidak berjualan para penjual bakmi jowo tidak akan mendapat penghasilan dan 27 (90%) penjual bakmi jowo setuju dan 3 (10%) penjual beranggapan bahwa apabila ada keperluan mendesak tidak harus membuka usaha. Setiap hari membimbing karyawan agar karyawan yang dibimbing setiap hari semakin mahir dalam memasak dan dapat membantu sang

pemilik bakmi jowo tersebut apabila terlambat/ tidak dapat datang, dan 24 (80%) setuju namun 6 (20%) tidak setuju apabila harus membimbing setiap hari . Namun 24 (80%) penjual bakmi jowo kurang setuju dengan promosi yang dilakukan setiap hari karena promosi membutuhkan biaya yang dianggap terlalu membebani, dan mereka tidak yakin promosi akan dapat membantu usaha bakmi jowonya.

Pada indikator *devotion* memiliki 3,21 poin, sehingga para penjual bakmi jowo yang ada di Semarang mencintai pekerjaan yang mereka kerjakan karena rela mengorbankan waktu yang dimiliki untuk bersama keluarga demi pekerjaan. Apabila mendapatkan keuntungan hanya 10 (33,3%) penjual akan menggunakan untuk kebutuhan usaha bakmi jowo seperti bahan baku, gas/ areng, plastik, kursi, dll. Namun sering kali menggunakan uang hasil usaha untuk keperluan pribadi dan tidak mau menggunakan hasil dari usaha untuk mempromosikan usahanya karena dianggap kurang menguntungkan.

Pada indikator *details* memiliki 3,34 poin, sehingga para penjual bakmi jowo yang ada di Semarang cermat dalam penjualan bakmi jowonya karena apabila pemilik usaha tidak teliti akan bisa membawa kerugian pada usahanya. Apabila melupakan barang- barang/ bahan baku yang digunakan untuk memasak bakmi jowo akan berdampak tidak bisa berjualan pada hari itu, dan semua penjual bakmi jowo sadar akan hal tersebut. Karyawan pun perlu di pahami bagaimana sifat dan watak yang dimiliki agar para penjual bakmi jowo tidak dibohongi oleh karyawannya sendiri, namun hanya 19 (63,3%) yang beranggapan perlu memahami karyawan. Dalam hal pembukuan 6 (20%) penjual bakmi jowo yakin mengerti bagaimana cara menulis pembukan dengan baik yang benar, sisanya 24 (20%) hanya menulis pembukuan sederhana berupa modal yang dikeluarkan dan hasil

yang didapat. Bahkan ada beberapa penjual bakmi jowo yang tidak menulis pembukuan sama sekali, karena dianggap merepotkan dan yang penting mendapat untung dari usaha bakmi jowonya. Dan juga 28 (93,3%) penjual bakmi jowo tidak mau mencari lokasi yang belum mengetahui tentang usaha mereka, karena malas dan juga membuang- buang tenaga dan uang saja.

Pada indikator *destiny* memiliki 3,67 poin, sehingga para penjual bakmi jowo yang ada di Semarang lebih suka bekerja sendiri daripada mengikuti orang lain yang belum tentu akan menjamin kesuksesannya. Dan juga sulitnya mencari lapangan pekerjaan karena faktor pendidikan dan faktor usia yang tidak memungkinkan untuk mencari pekerjaan lain. Dan 29 (96,7%) penjual bakmi jowo pun tidak membiarkan apabila karyawan yang belum mahir memasak bakmi jowo untuk memasak bakmi jowo walaupun ada pelanggan yang sudah menunggu. Ini dikarenakan para penjual bakmi jowo tidak mau pelanggan merasa kecewa dengan pelayanan yang dimiliki oleh usahanya, dan takut apabila para pelanggan tidak akan datang lagi karena masakan tidak enak.

Pada indikator *dollars* memiliki 3,14 poin, sehingga para penjual bakmi jowo yang ada di Semarang lebih menjadikan uang sebagai ukuran kesuksesan saja karena menjadi kaya bukanlah tujuan utama dari para penjual bakmi jowo. Tujuan yang lebih diutamakan adalah para penjual bakmi jowo mendapatkan keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semakin bertambah setiap harinya. Dengan prinsip demikian maka para penjual bakmi jowo lebih berhati- hati. dalam menggunakan uang contohnya dalam hal promosi dianggap kurang berguna karena tidak akan memberikan efek pada usahanya, lebih baik uang tersebut digunakan untuk keperluan lain.

Dan pada indikator terakhir yakni *distribute* memiliki 3,21 poin, sehingga para penjual bakmi jowo yang ada di Semarang mengerti bahwa mereka harus memiliki karyawan yang bisa dijadikan karyawan kunci dalam usahanya sebab faktor pengalaman dari pemilik usaha menyadari pentingnya pembagian pekerjaan yang tidak mungkin semuanya dikerjakan oleh 1 orang saja. Dan apabila ingin mewujudkan keinginan membuka cabang para penjual bakmi jowo harus memiliki karyawan kepercayaan terlebih dahulu, dengan skill memasak yang hampir sama/ mirip dengan pemilik usaha bakmi jowonya. Juga apabila mengalami hambatan pemilik bakmi jowo terlambat/ tidak bisa datang, sudah ada karyawan yang siap menggantikannya sampai pemilik bakmi jowo datang. Namun dalam hal pembukuan harian tidak semua penjual bakmi jowo memiliki karyawan yang memiliki tugas mencatat hasil penjualan dalam 1 hari tersebut, karena para penjual bakmi jowo sudah terbiasa dengan bahan baku yang dibeli akan menghasilkan berapa porsi bakmi jowo yang bisa dibuat.

Dengan demikian, penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki 9 karakteristik kewirausahaan yang tinggi sesuai dengan teori William D Bygrave yaitu *dream, doers, determination, dedication, devotion, details, destiny, dollars, distribute*. Namun penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki karakteristik *decisiveness* yang rendah. Jadi secara keseluruhan penjual bakmi jowo yang ada di Semarang memiliki karakteristik yang sesuai dengan teori William D Bygrave.