

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era yang semakin *modern* di Indonesia semakin banyak bisnis-bisnis baru yang muncul dan juga semakin banyak pesaing-pesaing yang muncul. Semua orang pasti memiliki keinginan agar bisnisnya berhasil dan sukses. Bisnis itu sendiri dapat sukses karena adanya peluang bisnis yang dibutuhkan dan dicari oleh para konsumen. Selain itu suatu bisnis juga dapat berhasil jika dikembangkan atau melakukan inovasi untuk menarik minat beli konsumen.

Menurut Purwanto (2007) wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai sifat-sifat keberanian mengambil resiko, kemampuan melihat dan menilai kesempatan bisnis, keteladanan dalam menangani usaha dengan berpegang pada kemampuan sendiri.

Dalam keberhasilan suatu bisnis diperlukan suatu dukungan baik dukungan internal maupun eksternal. Dukungan internal merupakan dukungan dari keluarga pemilik bisnis sedangkan dukungan eksternal merupakan dukungan dari teman-teman dan orang-orang disekitar pemilik bisnis.

Menurut Alam, Jani, & Omar (2011) faktor-faktor yang mendukung dalam keberhasilan usaha adalah dukungan keluarga yang merupakan suatu dukungan dari keluarga kandung pemilik usaha dan

memberikan saran kepada pemilik usaha ketika menghadapi masalah; jaringan sosial yang merupakan suatu *channel* bagi pemilik usaha agar lebih dikenal oleh masyarakat; motivasi internal merupakan suatu dorongan dari dalam diri pemilik usaha untuk menjadikan bisnisnya sukses; teknologi informasi dan komunikasi merupakan suatu media yang digunakan pemilik usaha untuk mempromosikan dan melakukan proses jual-beli melalui internet.

Secara konseptual, dukungan keluarga dalam penelitian ini adalah dukungan atau *support* dari keluarga kandung pemilik usaha “Mobil Lee” dengan cara memberikan solusi dan saran kepada pemilik usaha ketika menghadapi masalah. Jaringan sosial dalam penelitian ini adalah pemilik usaha “Mobil Lee” memiliki hubungan baik dengan karyawan dan konsumennya dan juga beliau mengenal para pemilik-pemilik usaha lain dalam bidang yang sama yaitu bidang otomotif. Untuk motivasi internal dalam penelitian ini adalah pemilik usaha “Mobil Lee” berkomitmen dan selalu bertanggung jawab dengan pekerjaannya sebagai contoh, jika ada komplain dari pelanggan beliau akan memberikan servis ulang untuk mobil pelanggan tersebut secara gratis. Sedangkan teknologi informasi dan komunikasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha “Mobil Lee” mempromosikan dan memasang iklan mobil-mobil yang dijual melalui toko online seperti OLX, Tokopedia dan BukaLapak, selain itu beliau juga menggunakan media sosial yaitu dengan menggunakan aplikasi *WhatsApp*

untuk mempromosikan mobil-mobil yang beliau jual dan juga agar lebih mudah berinteraksi dengan para pelanggannya.

Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri (2016). Obyek dalam penelitiannya adalah pengusaha wanita yaitu pemilik usaha “Top Sticker”. Hasil dari penelitian Putri (2016) yaitu dukungan keluarga memiliki rentang skala yang tinggi karena anggota keluarga membantu memberikan saran dan memberikan informasi baru mengenai perkembangan sticker kepada pemilik usaha. Jaringan sosial juga memiliki rentang skala yang tinggi walaupun pemilik usaha “Top Sticker” tidak mengikuti kelompok pengusaha namun beliau memiliki hubungan baik dengan konsumen, sesama pengusaha sticker maupun karyawannya. Motivasi internal pun juga memiliki rentang skala yang tinggi karena beliau memiliki semangat yang tinggi dan tidak kenal lelah dalam bekerja. Teknologi informasi dan komunikasi memiliki rentang skala yang tinggi karena pemilik usaha mempromosikan sticker melalui media sosial dan menerima pemesanan sticker melalui e-mail.

Di Semarang, ada salah satu bisnis dalam bidang otomotif yang dapat dikatakan berhasil yaitu “Mobil Lee”. “Mobil Lee” berdiri sejak tahun 1981 yang berlokasi di Jl. Dr. Cipto no. 110, Semarang. Pemilik dari usaha “Mobil Lee” bernama Bapak Aleen Sugiharta. Beliau membuka usaha ini karena memiliki *hobby* dibidang otomotif. Usaha “Mobil Lee” ini tidak hanya membuka jasa bengkel mobil tetapi juga membuka

showroom mobil bekas. Namun bengkel “Mobil „Lee” ini lebih dikenal oleh masyarakat untuk servis mobil merk Honda, walaupun bengkel “Mobil Lee” ini juga menerima merk lainnya.

Sebelum Bapak Aleen membuka usahanya sekarang ini, ditahun 1976 setelah Bapak Aleen lulus dari STM Pembangunan, beliau bekerja sebagai mekanik di dealer mobil Honda sampai tahun 1978. Di tahun 1979, beliau pernah membuka jasa servis mobil dengan menyewa tempat yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani sebagai tempat kerja beliau selama setahun. Selain itu ditahun yang sama, beliau juga bekerja sebagai mekanik *freelance* atau mekanik panggilan dengan mendatangi dan melakukan servis mobil di rumah konsumen secara langsung. Namun beliau ingin memiliki tempat kerjanya sendiri, oleh karena itu di tahun 1980 beliau mencoba untuk membuka usaha sendiri dengan membeli rumah yang berlokasi di Jl. Dr. Cipto no. 110 yang pada waktu itu masih berbentuk rumah biasa. Dulu beliau membuka jasa servis mobil hanya dengan dua orang pegawai saja. Seiring berjalannya waktu di tahun 1981 beliau merenovasi rumah tersebut menjadi bengkel dan *showroom* mobil dan mendirikan usahanya dengan nama “Mobil Lee” dan memiliki pegawai yang bertambah banyak menjadi 10 orang, namun sekarang hanya menjadi 8 orang pegawai saja.

Ditahun 1996 Bapak Aleen mengembangkan bisnisnya dengan menjadi agen dealer mobil Nissan di Semarang. Pada Tahun 2007, Bapak Aleen sudah tidak lagi menjadi agen dealer mobil Nissan, karena

kurangnya minat beli konsumen di Semarang. Beliau akhirnya membuka *showroom* dan menerima jual-beli mobil bekas yang ternyata bahwa minat beli konsumen cukup tinggi dan bisnis beliau masih berdiri sampai sekarang.

Omset yang dihasilkan oleh Bapak Aleen dengan jual-beli mobil bekas dan servis mobil yaitu \pm sebesar 30 – 40 juta per bulannya. Dan modal awal kerja yang dikeluarkan oleh beliau yaitu \pm sebesar 1M.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis akan mengangkat keberhasilan pemilik usaha “Mobil „Lee” untuk menjadi sebuah penelitian dengan judul **“IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN PEMILIK USAHA MOBIL LEE”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Faktor-faktor apa saja yang mendukung keberhasilan pemilik usaha “Mobil Lee”?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendukung dalam keberhasilan pemilik usaha “Mobil Lee”.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Bagi pemilik usaha

Sebagai bahan evaluasi dan saran bagi pemilik usaha faktor-faktor apa saja yang mendukung dalam keberhasilan pemilik usaha “Mobil Lee” agar kedepannya faktor-faktor tersebut dapat ditingkatkan dan dipertahankan oleh pemilik bisnis “Mobil Lee”.

b. Bagi masyarakat

Agar dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat, faktor-faktor apa saja yang dapat mendukung keberhasilan seorang pemilik usaha.

