

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Munculnya *entrepreneur* di Indonesia pada berbagai sektor menjadi solusi utama untuk mengurangi tingkat pengangguran yang sedemikian tinggi. Selain faktor sedikitnya lapangan kerja yang menjadi pokok permasalahan utamanya adalah mulai munculnya *entrepreneurs-entrepreneur* di Indonesia, faktor pendorong lainnya adalah adanya dorongan dari pemerintah Indonesia karena para *entrepreneur* selain dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru untuk memberikan kesempatan kerja juga dapat mengembangkan dan menumbuhkan sistem perekonomian di Indonesia untuk mencapai titik kesejahteraan nasional.

Keberhasilan atau gagalnya seorang *entrepreneur* tidak hanya ditentukan oleh rasa tanggung jawab terhadap apa yang dikerjakannya dan keberanian dalam mengambil resiko (Meredith, 2006). Seorang *entrepreneur* juga harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang luas menjadi seorang pemimpin terhadap suatu bisnisnya yang dijalankan. Kemudian muncul istilah *entrepreneurial leadership* yang artinya adalah sebagai seorang pengusaha tidak hanya dapat mengelola dan menjalankan usahanya dengan baik tetapi juga harus dapat memberikan nilai lebih kepada orang yang dipimpinnya maupun di luar perusahaan supaya dapat meningkatkan perusahaan serta perusahaan memiliki kemampuan untuk dapat mengikuti perubahan yang terjadi di pasar (Thornberry, 2006).

Menurut Pattimukay (2008), untuk membangun jiwa *entrepreneurial leadership Good Governance* merupakan suatu tindakan perubahan yang mengarah kepada peningkatan kreativitas, inovasi, intuisi, dan kemampuan memimpin, motivasi, serta keberanian mengambil risiko dalam organisasi.

Sejalan dengan perkembangan bisnis dalam industri otomotif di Indonesia, motor menjadi salah satu alat transportasi yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia pada umumnya memilih sepeda motor karena lebih irit bahan bakar, menghindari kemacetan, dan jika dilihat dari segi ekonomi harganya juga relatif murah dibandingkan dengan kendaraan roda empat (mobil). Oleh sebab itu banyak berbagai *brand* (merek) sepeda motor yang melakukan persaingan ketat menciptakan sepeda motor dengan berbagai varian model dan keunggulannya, serta harga yang terjangkau agar bisa menarik konsumen untuk membelinya. Sebagai contoh adalah sepeda motor merek Yamaha, merupakan salah satu dari berbagai merek motor yang produksinya berasal dari negara Jepang yang terbilang perkembangannya sangat pesat dan selalu bersaing dengan *brand* Honda yang sama-sama produksi negara Jepang. Kemudian Yamaha mulai memperkenalkan produknya dengan masuk ke Indonesia dengan nama Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM).

YIMM (Yamaha Indonesia Motor Manufacturing) mulai berdiri sejak 6 juli 1974 dan mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 1969, sebagai suatu usaha perakitan saja, semua komponen dari Jepang. (dikutip melalui https://id.wikipedia.org/wiki/Yamaha_Indonesia_Motor_Manufacturing).

Seiring dengan berjalannya waktu untuk memudahkan konsumen memperoleh produk Yamaha motor di masing-masing wilayah Indonesia, maka muncul berbagai kesempatan para pengusaha di Indonesia untuk memulai bisnis di dunia otomotif sepeda motor yaitu dengan membuka *dealer* resmi yamaha dengan nama perusahaan yang berbeda. *Dealer* yang akan dirintis oleh seorang *entrepreneur* langsung bekerja sama dengan Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) sebagai *supplier* mereka yang akan menjualkan produknya ke pengusaha tersebut yang kemudian akan diperkenalkan ke konsumen. Sebagai contoh seperti di Jawa Tengah tepatnya kota Semarang, terdapat 12 perusahaan *dealer* otomotif Yamaha (dikutip melalui <http://seputarsemarang.com/dealer-dan-bengkel-resmi-yamaha/>) dengan pemilik yang berbeda tertarik dengan produk otomotif sepeda motor Yamaha, dan meyakinkan diri bahwa bisnis di bidang otomotif kendaraan sepeda motor adalah bisnis yang sangat menjanjikan, apalagi jika dilihat dari kebutuhan masyarakat, maka pengusaha di Semarang memberanikan diri untuk memulai bisnis dengan membuka *dealer* resmi Yamaha motor.

Dengan adanya 12 *dealer* Yamaha motor resmi yang ada di kota Semarang, maka akan dipilih 4 *dealer* saja untuk memudahkan dan mempercepat proses penelitian lebih lanjut. *Dealer* yang akan dilakukan penelitian antara lain: Yamaha Mataram Sakti, Yamaha Agung Motor, Yamaha Berkat Motor, dan Yamaha Jadi Sakti Motor. Masing-masing pemilik *dealer* tersebut harus mempunyai jiwa kepemimpinan, karena jiwa kepemimpinan tersebut yang menjadi salah satu karakteristik mereka, artinya tiap pemilik memiliki sifat, sikap,

dan perilaku yang sangat menonjol dalam kehidupannya sehingga pengusaha tersebut dapat dikatakan berhasil dalam usahanya. Alasan dipilihnya *dealer* motor tersebut untuk dijadikan obyek penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana karakter yang dimiliki oleh seorang pemilik *dealer* sepeda motor yamaha di Semarang sehingga mereka bisa mencapai titik keberhasilan dalam usahanya. Pada penelitian ini menggunakan objek 4 *dealer* Yamaha Indonesia Motor Manufacturing di Semarang dengan alasan karena keempatnya adalah merupakan *dealer* terbesar di Semarang dan adanya kemudahan akses data.

Meredith (2006: 5-6) mengemukakan beberapa karakteristik kewirausahaan, yaitu : Sikap percaya diri dan optimis, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko dan mempunyai tantangan, memiliki jiwa kepemimpinan, keorsinilan, serta mampu berorientasi masa depan. Menjadi seorang wirausaha juga harus memiliki tanggung jawab, artinya seorang wirausaha harus melakukan tugasnya sebaik mungkin sehingga mampu memperoleh keberhasilan atas usaha tersebut. Dengan demikian seorang wirausaha harus memiliki jiwa yang ulet, tekun, pantang menyerah yang artinya jika gagal maka tidak berhenti, tetapi tetap mencoba, serta berani dalam mengambil resiko. Pengambilan suatu resiko bukanlah hal yang mudah bagi seorang wirausaha karena perlu mempertimbangkan sisi positif dan negatif terhadap keputusan yang di ambil.

Sifat, sikap, dan perilaku seorang wirausahwan tercermin dari setiap karakteristik mereka. Karakteristik kewirausahaan pada pemilik *dealer* sepeda motor Yamaha di Semarang perlu dilakukan pengkajian karena untuk mengetahui

karakteristik kewirausahaan menurut Meredith (2006 : 5-6) apakah sudah dimiliki dan diterapkan oleh pemilik *dealer* sepeda motor Yamaha di Semarang. Jika 6 kriteria sudah dimiliki oleh pemilik *dealer* sepeda motor Yamaha di Semarang tersebut maka akan dilakukan pengembangan usaha *dealer* sepeda motor Yamaha di Semarang tersebut di masa yang akan datang. Berdasarkan latar belakang sudah diuraikan, maka peneliti menentukan judul “Karakteristik Kewirausahaan Pemilik Dealer Sepeda Motor Yamaha Di Semarang menurut teori Meredith”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana karakteristik kewirausahaan pemilik *dealer* sepeda motor Yamaha di Semarang berdasarkan teori Meredith?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui karakteristik kewirausahaan pada pemilik *dealer* sepeda motor Yamaha di Semarang menurut teori Meredith.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dilakukan adalah:

- a) Bagi Praktisi

Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan dapat menjadi wawasan dan pengetahuan kepada peneliti, dan dapat dijadikan referensi untuk kedepannya.

b) Bagi Akademik

Dengan dilakukan penelitian dapat dijadikan sebagai bentuk masukan bagi pemilik *dealer* motor Yamaha untuk dapat memperkuat karakter mereka, sehingga bisnis yang sudah berjalan dapat lebih maju lagi dan berkembang lagi kedepannya.

