

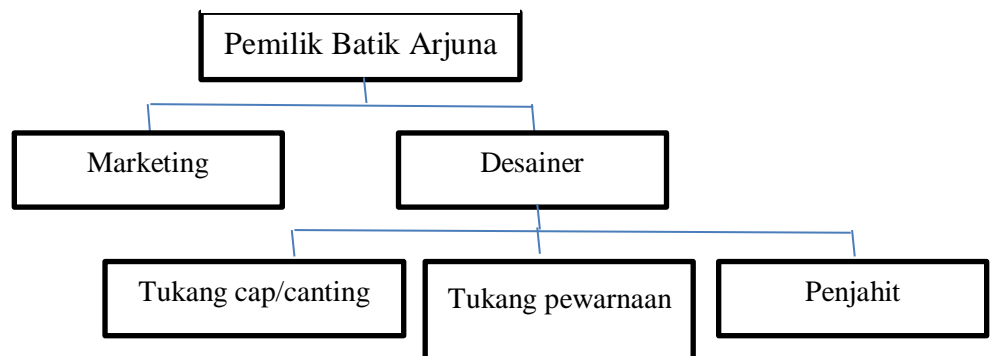
BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

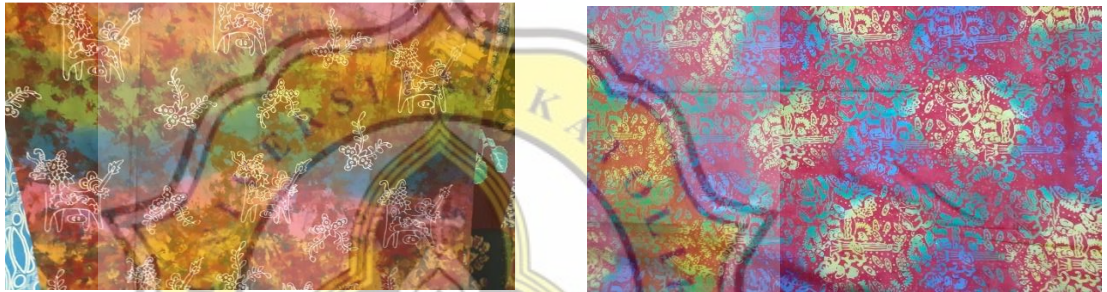
Penelitian ini mengambil objek penelitian pengusaha Batik Arjuna yang merupakan salah satu bisnis yang bergerak di *fashion*. Batik Arjuna didirikan sejak tahun 2013 yang awal mulanya bernama CV. Kreanusa, yang beralamat di Jl. Kampung Batik Gedong 418 Bubaan, Semarang Jawa Tengah. Kemudian pada tahun 2015 nama CV. Kreanusa diganti dengan Batik Arjuna. Bu Monic sebagai pemilik usaha telah berjuang dan mempertahankan usahanya hingga saat ini dengan keuletan yang dimiliki. Jatuh bangun usaha telah dilalui oleh Bu Monic yang pada awal mulanya beliau mengelola usaha tersebut sendiri, hingga sekarang memiliki 6 orang karyawan. Keuletan Bu Monic tersebut menarik untuk diteliti mengenai karakteristik wirausaha dari pemiliknya. Struktur organisasi Batik Arjuna dapat dilihat dari gambar 4.1.

Gambar 4. 1. Struktur Organisasi Batik Arjuna



Sumber: data sekunder Batik Arjuna, 2020

Batik Arjuna Semarang memiliki motif yang khas yaitu motif kontemporer dengan warna gradasi. Pemilik membuat motif ini guna menggambarkan kehidupan yang dinamis atau kehidupan yang terus menerus berubah, bergerak secara aktif, dan mengalami perkembangan berarti. Maka warna-warna yang digunakan juga tidak pakem, yang artinya suatu saat motif-motif itu bisa direvisi atau diubah sesuai dengan keinginan. Berikut merupakan motif batik kontemporer dari Batik Arjuna Semarang.



Beberapa gambar mengenai Batik Arjuna dapat dilihat pada gambar 4.2 sampai 4.4



Gambar 4. 2. Pemilik Batik Arjun



Gambar 4. 3. Produk Batik Arjuna



Gambar 4. 4. Pemilik dan Peneliti

Job description dari struktur organisasi Batik Arjuna adalah sebagai berikut:

1. Pemilik usaha

Memiliki hak untuk mengawasi dan mengevaluasi kondisi usaha dan kinerja karyawan, memiliki wewenang paling utama dalam memutuskan segala hal tentang usahanya mulai dari pembelian bahan baku seperti kain, benang, tinta batik, dll hingga penjualan barang sampai ke tangan konsumen, bertanggung jawab sepenuhnya dalam usaha Batik Arjuna.

2. *Marketing*

Bertanggungjawab memasarkan dan melakukan penawaran terhadap konsumen.

3. Tukang batik

Bertanggung jawab terhadap beberapa hal seperti menghasilkan berbagai motif batik yang berkualitas dan memiliki keunikan, mengembangkan ide-ide dalam membatik.

4. Penjahit

Bertanggung jawab atas model yang dihasilkan dan kualitas jahitan.

5. Desainer

Bertanggung jawab mendesain model baju batik, membuat desain corak, menentukan warna pada batik, dan membuat pola batik.

6. Tukang pewarnaan

Bertanggung jawab atas hasil pewarnaan pada batik, pencampuran warna, dan proses pewarnaan batik.

4.2 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden penelitian yang terdiri dari 1 pemilik dan 6 karyawan dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Responden	Nama	Jabatan	Jenis Kelamin	Usia	Lama Bekerja
Pemilik	Monic	<i>Owner</i>	Perempuan	43	7 tahun
Karyawan 1	Ima	Desainer	Perempuan	33	5 tahun
Karyawan 2	Danu	Tukang canting dan pewarnaan	Laki-laki	25	3,5 tahun
Karyawan 3	Moses	<i>Marketing</i>	Laki-laki	35	5 tahun
Karyawan 4	Ali	Tukang cap	Laki-laki	28	3 tahun
Karyawan 5	Edi	Penjahit	Laki-laki	33	5 tahun
Karyawan 6	Bayu	Penjahit	Laki-laki	29	3 tahun

Tabel 4. 1. Gambaran Umum Responden

Sumber: data primer Batik Arjuna, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki 5 orang dan perempuan 2 orang,

4 orang dengan usia lebih dari 31 tahun dan 3 orang di bawah 30 tahun serta pemilik Batik Arjuna berumur 43 tahun yang bernama ibu Monica. Karyawan batik Arjuna masing-masing adalah mas Moses berusia 35 tahun sebagai *marketing* dan telah bekerja selama 5 tahun. Mbak Ima sebagai desainer berusia 33 tahun dan telah bekerja selama 5 tahun. Mas Danu sebagai tukang canting dan pewarnaan berumur 25 tahun dan telah bekerja selama 2 tahun. Mas Ali sebagai tukang cap berumur 28 tahun dan telah bekerja selama 3 tahun. Mas Edi sebagai penjahit berumur 33 tahun dan telah bekerja selama 5 tahun. Mas Bayu sebagai penjahit berumur 29 tahun dan telah bekerja selama 3 tahun.

4.3 Hasil Dan Pembahasan

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai hasil dari analisis deskriptif masing-masing dimensi karakteristik wirausaha berdasarkan Teori Geoffrey G. Meredith.

4.3.1 Percaya diri

Karakteristik ini menunjukkan seorang wirausaha yang memiliki keyakinan atas kekuatan pada diri sendiri. Untuk mengetahui apakah objek yang digunakan dalam penelitian ini memiliki karakteristik tersebut maka indikator percaya diri:

- a. Memiliki kepercayaan diri yang kuat dalam menjalankan usahanya.
- b. Mampu memotivasi diri menghadapi persaingan dengan kompetitor.
- c. Merupakan pemimpin yang mandiri dalam mengambil keputusan ketika terjadi hal-hal yang tidak terduga agar usaha yang dijalankan tetap berjalan dengan baik.

- d. Yakin atas kemampuan yang dimiliki untuk membuat produk
- e. Optimis bahwa usahanya dapat berkembang dan berhasil.



Berikut penjelasan mengenai hasil wawancara *variable* percaya diri pada *indicator* pertama yaitu memiliki kepercayaan diri yang kuat dalam menjalankan usahanya dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4. 2. Hasil Wawancara Responden Variabel Percaya Diri Indikator 1

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
a.	Memiliki kepercayaan diri yang kuat dalam menjalankan usahanya.	Saya pasti memiliki kepercayaan diri yang kuat untuk menjalankan usaha, karena modal utama dalam berwirausaha harus diawali dengan kepercayaan diri terlebih dahulu, selain itu saya juga yakin bahwa produk yang saya hasilkan mampu diandalkan. Produk yang saya tawarkan tidak hanya produk barang jadi seperti baju atau kain batik, akan tetapi juga pelatihan membuat. Untuk generasi muda.	Iya, pemilik memiliki kepercayaan diri yang kuat, karena bu Monic orang yang selalu percaya diri terhadap produk yang dihasilkan beliau.	Iya, pemilik memiliki kepercayaan diri yang kuat, karena beliau selalu yakin terhadap usaha yang sekarang dijalankan.	Iya, pemilik memiliki kepercayaan diri yang kuat, karena bu Monic orang yang selalu bersemangat dalam bekerja.	Iya, pemilik memiliki kepercayaan diri yang kuat, karena bu Monic berharap bahwa generasi muda dapat ikut melestarikan batik.	Iya, pemilik memiliki kepercayaan diri yang kuat, karena bu Monic menganggap bahwa kepercayaan diri merupakan modal awal dalam berusaha.	Iya, pemilik memiliki kepercayaan diri yang kuat, karena bu Monic orang yang selalu percaya diri terhadap produk yang dihasilkan beliau, seperti produk barang jadi (baju dan kain batik) maupun jasa pelatihan yang mampu diandalkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator pertama dalam variabel percaya diri dapat dilihat bahwa sebagai seorang pemilik usaha bu Monic memiliki kepercayaan diri yang kuat dalam menjalankan usahanya. Karena beliau yakin kepercayaan diri merupakan modal awal bagi seorang wirausaha dalam menjalankan usaha. Beliau juga beranggapan bahwa kepercayaan diri yang dimiliki juga berasal dari produk yang dihasilkan mampu diandalkan, karena tidak hanya menawarkan produk barang jadi akan tetapi juga pelatihan membatik yang diharapkan bahwa generasi muda dapat melestarikan budaya membatik.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik memiliki kepercayaan diri yang kuat dalam menjalankan usahanya, karena beliau yakin terhadap produk yang dihasilkan sehingga yakin terhadap usaha yang sedang dijalankan sekarang. Selain itu bu Monic merupakan orang yang selalu bersemangat dalam bekerja dan menjadikan kepercayaan diri sebagai modal awal dalam menjalankan usaha, sehingga bu Monic memiliki kepercayaan diri yang kuat terhadap menjalankan usahanya dengan menghasilkan produk berupa produk barang jadi seperti baju batik dan kain batik serta jasa pelatihan membatik.

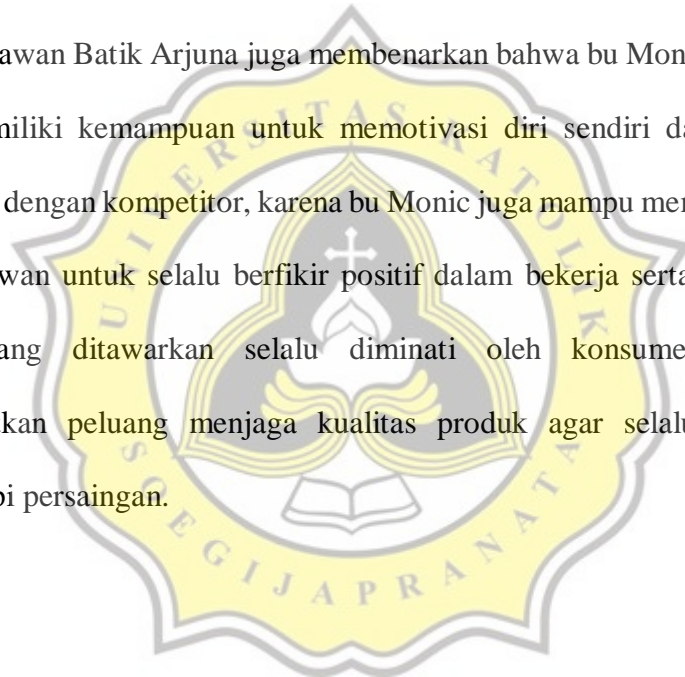
Berikut penjelasan mengenai hasil wawancara *variable* percaya diri pada indikator kedua yaitu mampu memotivasi diri sendiri dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4. 3. Hasil Wawancara Responden Variabel Percaya Diri Indikator 2

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
b.	Mampu memotivasi diri sendiri dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor	Saya mampu, sudah menjadi keharusan bagi setiap pelaku usaha untuk mampu memotivasi diri agar dapat bersaing dengan kompetitor dengan selalu berfikir positif, meyakini bahwa produk yang ditawarkan berkualitas sehingga banyak diminati oleh konsumen.	Iya, pemilik mampu memotivasi diri sendiri, karena bu Monic juga mampu memberikan motivasi buat karyawan untuk selalu berfikir positif dalam bekerja.	Iya, pemilik mampu memotivasi diri dalam menghadapi persaingan dengan menunjukkan melalui produk yang ditawarkan selalu diminati oleh konsumen.	Iya, pemilik dapat menciptakan produk batik dengan mengikuti perkembangan pasar dan memiliki kualitas yang bagus.	Iya, pemilik mampu memotivasi diri dengan menjaga kualitas produk sehingga banyak diminati.	Iya, pemilik memotivasi diri dengan terus memanfaatkan peluang, menjaga kualitas produk untuk menghadapi persaingan.	Iya, pemilik mampu memotivasi diri dengan tetap berfikir positif dan memanfaatkan peluang yang ada dalam menghadapi persaingan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator kedua dalam variabel percaya diri dapat dilihat bahwa sebagai seorang pemilik usaha bu Monic mampu memotivasi diri sendiri dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor karena sudah menjadi keharusan bagi setiap pelaku usaha untuk mampu memotivasi diri agar dapat bersaing dengan kompetitor dengan selalu berfikir positif, meyakini bahwa produk yang ditawarkan berkualitas dan banyak diminati.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha memiliki kemampuan untuk memotivasi diri sendiri dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor, karena bu Monic juga mampu memberikan motivasi buat karyawan untuk selalu berfikir positif dalam bekerja serta meyakini bahwa produk yang ditawarkan selalu diminati oleh konsumen dengan terus memanfaatkan peluang menjaga kualitas produk agar selalu diminati untuk menghadapi persaingan.



Berikut penjelasan mengenai hasil wawancara *variable* percaya diri pada indikator ketiga yaitu merupakan pemimpin yang mandiri dalam mengambil keputusan ketika terjadi hal-hal yang tidak terduga agar usaha yang dijalankan tetap berjalan dengan baik mampu memotivasi diri sendiri dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4. 4.Hasil Wawancara Responden Variabel Percaya Diri Indikator 3

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
c.	Merupakan pemimpin yang mandiri dalam mengambil keputusan ketika terjadi hal-hal yang tidak terduga agar usaha yang dijalankan tetap berjalan dengan baik.	Dalam mengambil keputusan terkadang saya diskusikan dengan partner kerja, tetapi saya sebagai owner tetap menjadi pihak yang mengambil kebijakan secara menyeluruh.	Iya, bu Monic jika ada permasalahan lebih sering mendiskusikan terlebih dahulu, meskipun tetap saja semua keputusan tergantung pada beliau.	Terkadang bu Monic mendiskusikan terlebih dahulu jika ada permasalahan agar mendapatkan jalan keluar yang terbaik.	Pemilik lebih cenderung mendiskusikan permasalahan yang timbul untuk mencari solusi bersama.	Iya, bu Monic membahas masalah yang terjadi dengan mendiskusikan bersama, meskipun pengambil keputusan adalah beliau.	Iya, bu Monic mendiskusikan bersama agar menemukan solusi terbaik meskipun beliau tetap sebagai pengambil keputusan.	Pemilik lebih sering membahas permasalahan yang terjadi dengan mendiskusikan secara bersama, dan tetap pengambil kebijakan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator ketiga dalam variabel percaya diri dapat dilihat bahwa dalam mengambil keputusan terkadang diskusikan dengan partner kerja, tetapi sebagai owner, bu Monic tetap menjadi pihak yang mengambil kebijakan secara menyeluruh.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha dalam mengambil keputusan jika terjadi permasalahan terkadang mengkomunikasikan dengan karyawan atau partner kerja agar mampu memperoleh solusi terbaik, akan tetapi pemegang keputusan secara menyeluruh tetaplah beliau sebagai owner.

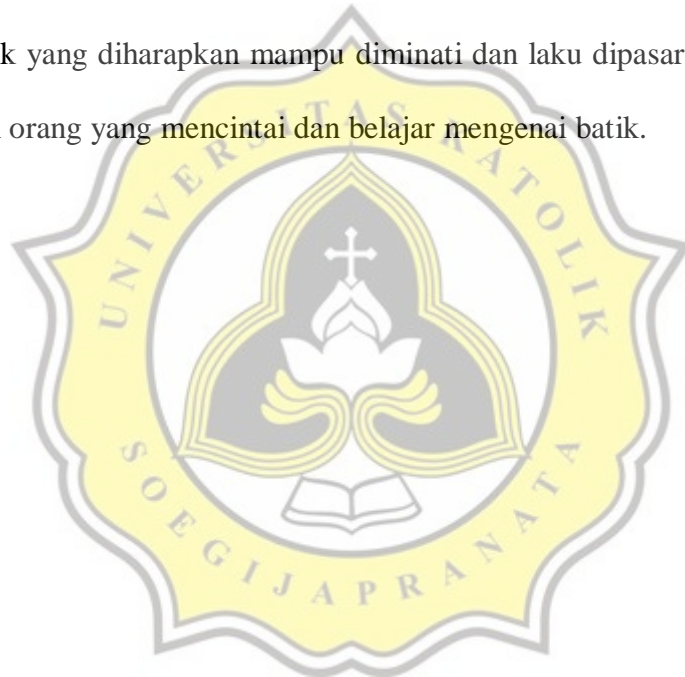
Berikut penjelasan mengenai hasil wawancara variabel percaya diri pada indikator keempat yaitu yakin atas kemampuan yang dimiliki untuk membuat produk dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4. 5. Hasil Wawancara Responden Variabel Percaya Diri Indikator 4

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
d.	Yakin atas kemampuan yang dimiliki untuk membuat produk	Saya yakin sebagai pemilik Batik Arjuna bahwa saya memiliki kemampuan, inspirasi untuk membuat produk yang akan diminati dan laku di pasar, saya telah mencintai dan belajar mengenai batik.	Ya, bu Monic memiliki kemampuan membuat produk, karena sampai saat ini hasil produknya laku di pasar.	Ya, yakin karena bu Monic merupakan orang yang pekerja keras, sehingga keinginan membuat produk akan di usahakan sebaik mungkin.	Ya, yakin bu Monic merupakan tipe pemimpin yang selalu mendorong untuk terus maju sehingga kemampuan untuk membuat produk akan berkembang.	Ya, yakin bu Monic merupakan pengusaha yang selalu berusaha untuk membuat produk yang sesuai dengan minat pasar.	Iya, memiliki keyakinan karena produk yang dibuat berdasarkan inspirasi dari pemilik	Iya, yakin karena sebelumnya sudah mempelajari dan mencintai produk batik

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator keempat dalam variabel percaya diri dapat dilihat bahwa pemilik Batik Arjuna memiliki kemampuan, inspirasi untuk membuat produk yang akan diminati dan laku di pasar, serta telah mencintai dan belajar mengenai batik.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang pekerja keras, sehingga keinginan membuat produk akan di usahakan sebaik mungkin, produk yang dibuat berdasarkan inspirasi dari pemilik yang diharapkan mampu diminati dan laku dipasaran karena pemilik merupakan orang yang mencintai dan belajar mengenai batik.



Berikut penjelasan mengenai hasil wawancara variabel percaya diri pada indikator kelima yaitu optimis bahwa usahanya dapat berkembang dan berhasil dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4. 6.Hasil Wawancara Responden Variabel Percaya Diri Indikator 5

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
e.	Optimis bahwa usahanya dapat berkembang dan berhasil	Saya optimis, karena awal berdiri sekarang yakin bahwa produk batik tetap dicintai dan dicari, produk batik tulis/cap produk yang diminati dari dalam maupun luar negeri.	Pemilik memiliki rasa optimis karena produk batik banyak diminati oleh masyarakat, terlebih lagi produk batik Arjuna ada yang batik tulis/cap.	Iya, optimis karena yakin batik diminati oleh banyak orang dalam maupun luar negeri.	Iya, optimis karena Batik Arjuna memiliki khas tulis/cap sehingga akan membuat Batik Arjuna lebih dikenal dan mampu berkembang.	Iya, pemilik optimis karena tidak hanya menjual batik cap, tetapi juga batik tulis sehingga lebih mudah diingat konsumen dan mampu berkembang dan berhasil.	Iya, pemilik memiliki rasa optimis, pada awalnya Batik Arjuna hanya dikerjakan sendiri dan berkembang sampai sekarang dengan batik tulis/cap.	Iya, pemilik optimis karena terbukti dari awal hingga sekarang Batik Arjuna mampu bertahan dan berkembang lebih baik.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator kelima dalam variabel percaya diri dapat dilihat bahwa pemilik Batik Arjuna optimis bahwa usaha dapat berkembang dan berhasil karena dari awal berdiri hingga sekarang yakin bahwa produk batik tetap dicintai dan dicari, produk batik tulis/cap merupakan produk yang diminati dari dalam maupun luar negeri. Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang memiliki rasa optimis terbukti bahwa pada awal berdirinya Batik Arjuna hanya dikerjakan sendiri dan berkembang sampai sekarang dengan produk batik tulis/cap yang mampu berkembang jauh lebih baik dan diminati oleh konsumen dalam maupun luar negeri.

Berdasarkan karakteristik percaya diri seperti yang telah dibahas diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik Batik Arjuna memiliki karakteristik percaya diri bagi seorang wirausaha yang dikemukakan oleh teori Meredith. Seorang wirausaha dapat dikatakan memiliki percaya diri apabila selalu percaya diri pada setiap metode pemasaran, mampu memotivasi diri sendiri dan karyawan setiap mendapat pekerjaan yang berisiko tinggi, percaya pada setiap keputusan yang diambil dan mandiri, yakin atas kemampuan yang dimiliki dan optimis. Pada hasil kesimpulan wawancara menurut pemilik dan karyawan, menunjukkan bahwa pemilik memiliki percaya diri yang kuat terlihat bahwa sebagai seorang pemilik usaha bu Monic memiliki kepercayaan diri yang kuat dalam menjalankan usahanya. Karena beliau beranggapan bahwa kepercayaan diri merupakan modal awal bagi seorang wirausaha dalam menjalankan usaha. Beliau juga beranggapan bahwa kepercayaan diri yang dimiliki juga berasal dari

produk yang dihasilkan mampu diandalkan, karena tidak hanya menawarkan produk barang jadi akan tetapi juga pelatihan membatik yang diharapkan bahwa generasi muda dapat melestarikan budaya membatik. Bu Monic sebagai pemilik usaha mampu memotivasi diri sendiri dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor karena sudah menjadi keharusan bagi setiap pelaku usaha untuk mampu memotivasi diri agar dapat bersaing dengan kompetitor dengan selalu berfikir positif, meyakini bahwa produk yang ditawarkan berkualitas dan banyak diminati. Dalam mengambil keputusan terkadang diskusikan dengan partner kerja, tetapi sebagai owner, bu Monic tetap menjadi pihak yang mengambil kebijakan secara menyeluruh. Pemilik Batik Arjuna memiliki kemampuan, inspirasi untuk membuat produk yang akan diminati dan laku di pasar, serta telah mencintai dan belajar mengenai batik. Pemilik Batik Arjuna optimis bahwa usaha dapat berkembang dan berhasil karena dari awal berdiri hingga sekarang yakin bahwa produk batik tetap dicintai dan dicari, produk batik tulis/cap merupakan produk yang diminati dari dalam maupun luar negeri.

Berdasarkan teori Meredith variabel percaya diri, hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap pemilik dan karyawan Batik Arjuna dapat dikatakan bahwa pemilik memiliki karakteristik kewirausahaan yang ada di dalam teori Meredith. Hal ini dapat dilihat bahwa pemilik telah memenuhi indikator-indikator yang ada di dalam teori Meredith yaitu memiliki kepercayaan diri kuat dalam menjalankan usaha, mampu memotivasi diri sendiri terhadap persaingan dengan kompetitor, mandiri atau tidak bergantung kepada orang lain dalam mengambil keputusan, yakin atas kemampuan, dan optimis.

4.3.2 Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil

Karakteristik wirausaha yang mengutamakan nilai-nilai motivasi, inovasi dan pengembangan, ketekunan , fokus serta inisiatif. Untuk mengetahui apakah objek pada penelitian ini memiliki karakteristik tersebut maka indikatornya berorientasi pada tugas dan hasil:

- a. Pemilik memiliki kebutuhan akan prestasi untuk meraih satu target dalam satu periode tertentu.
- b. Pemilik selalu mempertimbangkan perhitungan laba dalam menjalankan usahanya.
- c. Pemilik memiliki ketekunan dan ketabahan dalam meraih suatu tujuan bisnis.
- d. Pemilik mempunyai tekad kerja keras dan dorongan yang kuat dalam mencapai sebuah hasil tertentu.
- e. Dalam meraih hasil, pemilik selalu tampil penuh energic/semangat.
- f. Dalam meraih hasil, pemilik selalu banyak Inisiatif/ide untuk dijalankan.

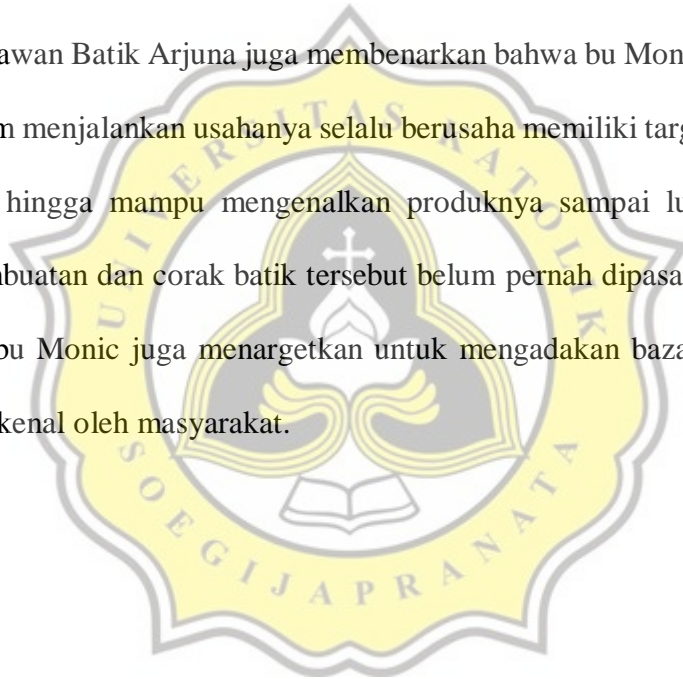
Berikut penjelasan mengenai hasil wawancara variabel berorientasi pada tugas dan hasil, indikator pertama yaitu memiliki kebutuhan akan prestasi untuk meraih satu target dalam satu periode tertentu dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4. 7. Hasil Wawancara Responden Variabel Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil Indikator 1

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
a.	Memiliki kebutuhan akan prestasi untuk meraih satu target dalam satu periode tertentu	Iya, saya selalu menargetkan prestasi melalui membuat produk baru dan inovasi yang mampu menunjang keberhasilan usaha dan mampu dikenal oleh masyarakat seperti mengadakan bazar. Batik Arjuna pernah mengirimkan hasil produk hingga Eropa proses pembuatan dan corak batik belum pernah dipasarkan di Indonesia.	Iya, bu Monic selalu berusaha menargetkan agar selalu bisa berinovasi dan Batik arjuna semakin dikenal.	Iya, pemilik memiliki target pada periode tertentu agar usaha yang dijalankan mampu berkembang. Seperti mengenalkan produknya ke luar negeri	Iya, pemilik selalu menargetkan untuk meraih prestasi, misal dengan mengadakan bazar agar produknya dapat dikenal.	Iya, pemilik berusaha mengenalkan produknya sampai luar negeri	Iya, karena pernah pemilik menawarkan batik ke luar negeri engan corak yang belum pernah di buat dan mendapatkan respon positif dari pemesan.	Iya, pemilik selalu menargetkan prestasi atau sesuatu hal baru agar produknya semakin dikenal dan usahanya dapat berjalan dengan lancar.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator pertama dalam variable berorientasi pada tugas dan hasil dapat dilihat bahwa pemilik selalu menargetkan prestasi melalui membuat produk baru dan inovasi yang mampu menunjang keberhasilan usaha dan mampu dikenal oleh masyarakat seperti mengadakan bazar. Batik Arjuna pernah mengirimkan hasil produk hingga Eropa dengan proses pembuatan dan corak batik belum pernah dipasarkan di Indonesia.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha dalam menjalankan usahanya selalu berusaha memiliki target prestasi seperti berinovasi hingga mampu mengenalkan produknya sampai luar negeri, dimana proses pembuatan dan corak batik tersebut belum pernah dipasarkan di Indonesia. Selain itu bu Monic juga menargetkan untuk mengadakan bazar agar produknya semakin dikenal oleh masyarakat.



Berikut penjelasan mengenai hasil wawancara variabel berorientasi pada tugas dan hasil, indikator kedua yaitu selalu mempertimbangkan perhitungan laba dalam menjalankan usahanya dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4. 8. Hasil Wawancara Responden Variabel Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil Indikator 2

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
b.	Selalu mempertimbangkan perhitungan laba dalam menjalankan usahanya	Iya, saya mempertimbangkan laba yang diperoleh agar usaha yang dijalankan dapat berkembang, mampu memberikan kesejahteraan untuk karyawan, memberikan gaji yang pantas, akan tetapi tetap mengutamakan kepuasan konsumen, selain itu juga memberikan edukasi untuk masyarakat untuk mencintai batik produksi dalam negeri.	Iya, pemilik memperhitungkan laba, karena dengan laba tersebut pemilik mampu membayar karyawan, memutar kembali uangnya untuk mengembangkan usaha.	Iya, pemilik memperhitungkan laba karena dari laba tersebut pemilik mampu mengembangkan usahanya dan memberikan kesejahteraan untuk karyawan.	Iya, pemilik selalu memperhitungkan laba, karena laba yang diperoleh dapat digunakan untuk menggaji karyawan, mengembangkan usahanya juga.	Ya, selain ingin mendapatkan laba Batik Arjuna juga melakukan edukasi bagi masyarakat mengenai membuat.	Iya, setiap usaha pasti akan mencari laba akan tetapi bagi pemilik laba tidak fokus mendapat laba yang besar, tetap mengutamakan kepuasan konsumen.	Iya, pemilik memperhitungkan untuk memperoleh laba, karena sebuah usaha yang dicari pasti keuntungan, dari keuntungan tersebut pengusaha mampu mempertahankan usahanya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator kedua dalam variable berorientasi pada tugas dan hasil dapat dilihat bahwa pemilik Batik Arjuna selalu mempertimbangkan laba yang diperoleh agar usaha yang dijalankan dapat berkembang. Laba yang ingin dihasilkan tersebut diharapkan agar mampu memberikan kesejahteraan pula untuk karyawan serta memberikan gaji yang pantas, akan tetapi tetap mengutamakan kepuasan konsumen, selain itu juga memberikan edukasi untuk masyarakat untuk mencintai batik produksi dalam negeri.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang memperhitungkan laba usahanya, karena beliau selalu memikirkan kesejahteraan karyawan, memberikan gaji untuk karyawan dan berusaha mengembangkan usahanya dari laba yang diperoleh dengan tetap memperhatikan kepuasan konsumen. Selain itu sebagai pemilik Batik Arjuna bu Monic berusaha untuk memberikan edukasi untuk masyarakat agar mencintai batik.

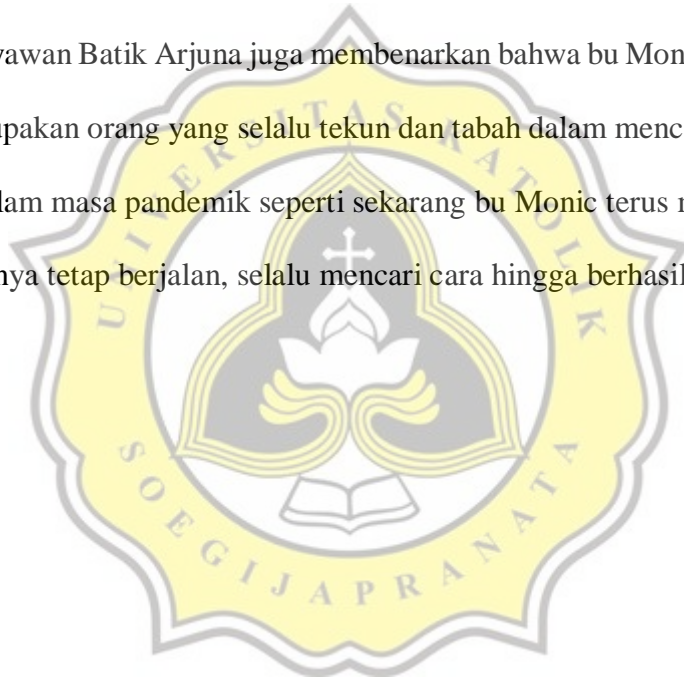
Berikut penjelasan mengenai hasil wawancara variabel berorientasi pada tugas dan hasil, indikator ketiga yaitu memiliki ketekunan dan ketabahan dalam meraih suatu tujuan bisnis dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4. 9. Hasil Wawancara Responden Variabel Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil Indikator 3

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
c.	Memiliki ketekunan dan ketabahan dalam meraih suatu tujuan bisnis	Iya, saya berusaha untuk tekun dan tabah dalam menjalankan bisnis. Salah satu modal yang mampu membuat sukses sebuah usaha selain uang adalah ketekunan dalam menjalankan usaha, bagaimana mental bias bertahan, maju dan terus bergerak dalam segala kondisi termasuk dalam kondisi pandemic seperti sekarang.	Iya, pemilik memiliki ketabahan dan ketekunan karena bu Monic selalu berusaha tetap maju dan berusaha dalam kondisi apapun.	Iya, pemilik selalu berusaha tetap bertahan dalam kondisi sesulit apapun dan selalu berusaha maju dan terus mencoba hingga berhasil.	Iya, pemilik memiliki ketabahan dan ketekunan untuk meraih tujuan bisnis, karena terbukti dalam kondisi yang sulit seperti sekarang dalam kondisi pandemic bu Monic tetap berusaha agar usahanya terus berjalan.	Iya, pemilik memiliki ketabahan dan ketekunan, dalam kondisi pandemic seperti sekarang bu Monic selalu berusaha agar usahanya terus bergerak.	Iya, pemilik selalu tekun dan tabah dalam menghadapi situasi di kondisi pandemic seperti sekarang bu Monic tetap tekun dan mencari cara agar usahanya tetap bisa bergerak	Iya, pemilik memiliki ketekunan dan ketabahan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator ketiga dalam variable berorientasi pada tugas dan hasil dapat dilihat bahwa pemilik Batik Arjuna selalu berusaha untuk tekun dan tabah dalam menjalankan bisnis. Salah satu modal yang mampu membuat sukses sebuah usaha selain uang adalah ketekunan dalam menjalankan usaha, bagaimana mental bias bertahan, maju dan terus bergerak dalam segala kondisi termasuk dalam kondisi pandemik seperti sekarang.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang selalu tekun dan tabah dalam mencapai tujuan bisnis, terbukti dalam masa pandemik seperti sekarang bu Monic terus maju dan bergerak agar usahanya tetap berjalan, selalu mencari cara hingga berhasil.



Berikut penjelasan mengenai hasil wawancara variabel berorientasi pada tugas dan hasil, indikator keempat yaitu mempunyai tekad kerja keras dan dorongan yang kuat dalam mencapai sebuah hasil tertentu dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4. 10. Hasil Wawancara Responden Variabel Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil Indikator 4

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
d.	Mempunyai tekad kerja keras dan dorongan yang kuat dalam mencapai sebuah hasil tertentu	Iya, saya selalu bertekad terhadap hal-hal yang berhubungan dengan keberhasilan usaha. Misalnya ketika saya ingin mencapai target penjualan pada periode bulan ini maka saya bertekad untuk memperkenalkan produk Batik Arjuna dengan berbagai cara agar dapat berhasil sesuai dengan planning.	Iya, pemilik selalu memiliki tekad yang kuat, karena bu Monic selalu berusaha memperoleh hasil sesuai yang telah direncanakan.	Iya, pemilik memiliki tekad dan dorongan yang kuat dalam mencapai hasil	Iya, pemilik orang yang pekerja keras, dan sebagai seorang guru terkadang beliau pun tetap turun tangan apabila ingin mendapatkan target penjualan agar sesuai dengan <i>planning</i> .	Iya, pemilik memiliki tekad dan dorongan yang kuat dalam mencapai hasil	Iya, pemilik merupakan orang yang mempunyai tekad dan dorongan yang keras karena beliau selalu berusaha bagaiman caranya agar apa yang telah di targetkan atau hasil sesuai dengan <i>planning</i> .	Iya, pemilik memiliki tekad dan dorongan yang kuat dalam mencapai hasil

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator keempat dalam variable berorientasi pada tugas dan hasil dapat dilihat bahwa pemilik Batik Arjuna selalu bertekad terhadap hal-hal yang berhubungan dengan keberhasilan usaha. Misalnya ketika saya ingin mencapai target penjualan pada periode bulan ini maka saya bertekad untuk memperkenalkan produk Batik Arjuna dengan berbagai cara agar dapat berhasil sesuai dengan planning.

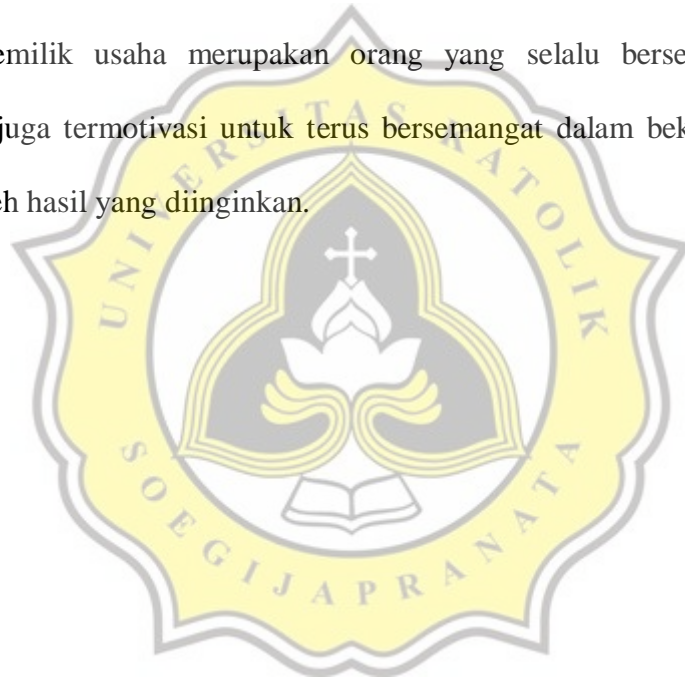
Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang mempunyai tekad dan dorongan yang keras karena beliau selalu berusaha bagaimana caranya agar apa yang telah ditargetkan atau hasil sesuai dengan *planning*.

Berikut penjelasan mengenai hasil wawancara variabel berorientasi pada tugas dan hasil, indikator kelima yaitu dalam meraih hasil, selalu tampil penuh energic/ semangat dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4. 11. Hasil Wawancara Responden Variabel Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil Indikator 5

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
e.	Dalam meraih hasil, selalu tampil penuh energic/ semangat	Iya, berusaha energik/semangat untuk mencapai hasil. Jika kita tidak bersemangat dalam bekerja, hasil yang akan dicapai juga tidak akan sesuai dengan keinginan atau tujuan awal. Sebagai owner pun kita harus lebih semangat agar mampu memotivasi karyawan juga agar tidak loyo/ patah semangat dalam bekerja.	Iya, pemilik selalu bersemangat dalam bekerja agar mampu memberikan semangat juga untuk karyawan	Iya, pemilik selalu tampil energic dan semangat agar pekerjaan yang dilakukan dapat dicapai sesuai dengan keinginan.	Iya, pemilik selalu bersemangat dalam bekerja agar tujuan dari usahanya dapat tercapai.	Iya, pemilik selalu bersemangat sehingga karyawan juga termotivasi untuk terus bersemangat dalam bekerja agar mampu memperoleh hasil yang diinginkan.	Iya, pemilik selalu bersemangat dalam bekerja agar mampu memberikan semangat juga untuk karyawan	Iya, pemilik selalu tampil energic dan semangat agar pekerjaan yang dilakukan dapat dicapai sesuai dengan keinginan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator kelima dalam variable berorientasi pada tugas dan hasil dapat dilihat bahwa pemilik Batik Arjuna selalu berusaha energik atau semangat untuk mencapai hasil. Jika tidak bersemangat dalam bekerja maka hasil yang akan dicapai juga tidak akan sesuai dengan keinginan atau tujuan awal. Sebagai owner harus lebih semangat agar mampu memotivasi karyawan agar tidak loyo/ patah semangat dalam bekerja. Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang selalu bersemangat sehingga karyawan juga termotivasi untuk terus bersemangat dalam bekerja agar mampu memperoleh hasil yang diinginkan.



Berikut penjelasan mengenai hasil wawancara variabel berorientasi pada tugas dan hasil, indikator keenam yaitu dalam meraih hasil, selalu banyak Inisiatif/ ide untuk dijalankan dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4. 12. Hasil Wawancara Responden Variabel Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil Indikator 6

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
f.	Dalam meraih hasil, selalu banyak Inisiatif/ ide untuk dijalankan	Iya, saya berusaha mencari inisiatif/ide untuk dijalankan, contohnya seperti sekarang di masa pandemi peluang usaha yang dapat dijalankan dengan membuat masker, maka saya memproduksi masker batik.	Iya, pemilik selalu mempunyai inisiatif atau ide untuk dijalankan, seperti masa pandemic, pemilik membuat masker dari kain batik.	Iya, pemilik mempunyai ide untuk dijalankan agar usahanya terus berjalan.	Iya, pemilik mempunyai ide untuk dijalankan seperti masa pandemic sekarang banyaknya kain batik yang tersedia dimanfaatkan untuk membuat masker.	Iya, pemilik memiliki ide seperti sekarang kebutuhan akan masker lebih banyak, sehingga pemilik memanfaatkan kain batik untuk membuat masker.	Iya, pemilik mempunyai ide untuk dijalankan agar usahanya terus berjalan. Contoh membuat masker batik.	Iya, pemilik mempunyai ide untuk dijalankan yang sesuai dengan keadaan sekarang adalah membuat masker batik.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator keenam dalam variable berorientasi pada tugas dan hasil dapat dilihat bahwa pemilik Batik Arjuna selalu berusaha mencari inisiatif/ide untuk dijalankan, contohnya seperti sekarang di masa pandemi peluang usaha yang dapat dijalankan dengan membuat masker, maka saya memproduksi masker batik. Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang mempunyai ide untuk dijalankan seperti masa pandemic sekarang banyaknya kain batik yang tersedia dimanfaatkan untuk membuat masker.

Berdasarkan karakteristik berorientasi pada tugas dan hasil seperti yang telah dibahas diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik Batik Arjuna memiliki karakteristik berorientasi pada tugas dan hasil dimana pemilik selalu menargetkan prestasi melalui membuat produk baru dan inovasi yang mampu menunjang keberhasilan usaha dan mampu dikenal oleh masyarakat seperti mengadakan bazar. Batik Arjuna pernah mengirimkan hasil produk hingga Eropa dengan proses pembuatan dan corak batik belum pernah dipasarkan di Indonesia. Pemilik Batik Arjuna selalu mempertimbangkan laba yang diperoleh agar usaha yang dijalankan dapat berkembang. Laba yang ingin dihasilkan tersebut diharapkan agar mampu memberikan kesejahteraan pula untuk karyawan serta memberikan gaji yang pantas, akan tetapi tetap mengutamakan kepuasan konsumen, selain itu juga memberikan edukasi untuk masyarakat untuk mencintai batik produksi dalam negeri. Pemilik Batik Arjuna selalu berusaha untuk tekun dan tabah dalam menjalankan bisnis. Salah satu modal yang mampu membuat sukses sebuah usaha selain uang adalah ketekunan dalam menjalankan usaha, bagaimana mental bias

bertahan, maju dan terus bergerak dalam segala kondisi termasuk dalam kondisi pandemik seperti sekarang. Pemilik Batik Arjuna selalu bertekad terhadap hal-hal yang berhubungan dengan keberhasilan usaha. Misalnya ketika saya ingin mencapai target penjualan pada periode bulan ini maka saya bertekad untuk memperkenalkan produk Batik Arjuna dengan berbagai cara agar dapat berhasil sesuai dengan planning.

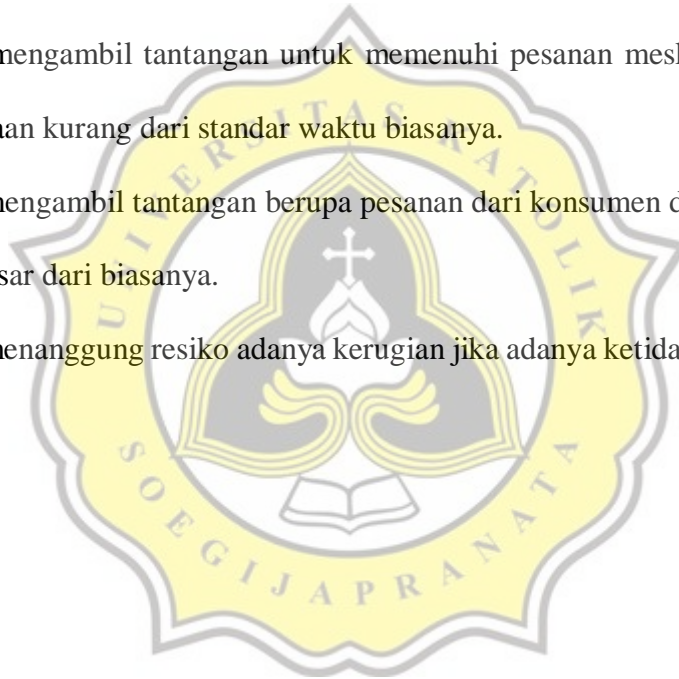
Pemilik Batik Arjuna selalu berusaha energik atau semangat untuk mencapai hasil. Jika tidak bersemangat dalam bekerja maka hasil yang akan dicapai juga tidak akan sesuai dengan keinginan atau tujuan awal. Sebagai owner harus lebih semangat agar mampu memotivasi karyawan agar tidak loyo/ patah semangat dalam bekerja. Pemilik Batik Arjuna selalu berusaha mencari inisiatif/ide untuk dijalankan, contohnya seperti sekarang di masa pandemi peluang usaha yang dapat dijalankan dengan membuat masker, maka saya memproduksi masker batik.

Berdasarkan teori Meredith variabel berorientasi pada tugas dan hasil, hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap pemilik dan karyawan Batik Arjuna dapat dikatakan bahwa pemilik memiliki karakteristik kewirausahaan yang ada di dalam teori Meredith. Hal ini dapat dilihat bahwa pemilik telah memenuhi indikator-indikator yang ada di dalam teori Meredith yaitu mengutamakan nilai-nilai motivasi, inovasi dan pengembangan, ketekunan, fokus serta inisiatif.

4.3.3 Berani Mengambil Resiko

Karakteristik wirausaha yang berani mengambil resiko, berarti berani menghadapi dan siap terhadap segala tantangan dalam mencapai tujuan usahanya. Untuk mengetahui objek penelitian ini memiliki karakteristik yang berani mengambil resiko maka hasil indikator-indikatornya antara lain:

- a. Berani mengambil resiko untuk memenuhi permintaan konsumen, meski belum pernah membuat sebelumnya.
- b. Berani mengambil tantangan untuk memenuhi pesanan meskipun batas waktu pengerjaan kurang dari standar waktu biasanya.
- c. Berani mengambil tantangan berupa pesanan dari konsumen dalam jumlah yang lebih besar dari biasanya.
- d. Berani menanggung resiko adanya kerugian jika adanya ketidaksesuaian pesanan



Berikut penjelasan mengenai hasil wawancara variabel berani mengambil resiko, indikator pertama yaitu berani mengambil resiko untuk memenuhi permintaan konsumen, meski belum pernah membuat sebelumnya dapat dilihat pada tabel 4.13.

Tabel 4. 13. Hasil Wawancara Responden Variabel Berani Mengambil Resiko Indikator 1

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
a.	Berani mengambil resiko untuk memenuhi permintaan konsumen, meski belum pernah membuat sebelumnya.	Iya, karena akan membuat kita lebih berkembang, pengalaman dan pengetahuan, misalnya konsumen yang memesan batik yang ingin mencantumkan logo instansi dalam baju batik yang diproduksi. Pernah juga ada pesanan dari mahasiswa yang menempuh pendidikan di Italia yang memesan batik tulis di Batik Arjuna dimana konsep, warna dan corak batik sama sekali belum pernah dibuat di Batik Arjuna dan akan berusaha sesuai pesanan.	Iya, pemilik berani dalam mengambil resiko karena membuat pemilik lebih berkembang dan memiliki pengetahuan baru. Misalnya pesanan dari mahasiswa yang menempuh pendidikan di Italia yang memesan batik tulis di Batik Arjuna dimana konsep, warna dan corak batik sama sekali belum pernah dibuat di Batik Arjuna.	Iya, pemilik berani mengambil resiko, karena tantangan mampu meningkatkan kreatifitas. Contohnya dulu pernah ada pesanan seragam batik yang harus mencantumkan logo instansi tersebut pada hasil batiknya.	Iya, pemilik berani mengambil resiko tersebut, contohnya: pada saat konsumen menginginkan warna, corak, model dan motif sesuai konsep yang dimiliki oleh konsumen dan belum pernah dibuat maupun di produksi di Batik Arjuna.	Iya, pemilik berani mengambil resiko, karena pernah ada mahasiswa dari luar negeri yang memesan batik dari Batik Arjuna meskipun proses dan corak warna belum pernah dibuat, kemungkinan kesesuaian pesanan juga beresiko akan tetapi pemilik terus berusaha sampai proses pembuatan batik sesuai dengan pesanan.	Iya, pemilik berani mengambil resiko Contohnya pada saat ada pesanan pencantuman logo instansi pada batik yang dibuat dengan batik tulis, meskipun tidak mudah dan harus mengulang ulang akan tetapi pemilik berusaha sebaik mungkin agar pesanan sesuai dengan keinginan konsumen.	Iya, pemilik berani mengambil resiko pada saat ada pelanggan yang memesan batik meskipun model, corak dan warnanya belum pernah dibuat.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator pertama dalam variabel berani mengambil resiko pemilik berani mengambil resiko tersebut karena akan membuat lebih berkembang, menambah pengalaman dan pengetahuan, misalnya pada saat konsumen yang ingin memesan batik yang ingin mencantumkan logo instansi dalam baju batik yang diproduksi. Pernah juga ada pesanan dari mahasiswa yang menempuh pendidikan di Italia yang memesan batik tulis di Batik Arjuna dimana konsep, warna dan corak batik sama sekali belum pernah dibuat di Batik Arjuna dan berusaha sesuai dengan pesanan.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang berani mengambil resiko, karena pernah ada mahasiswa dari luar negeri yang memesan batik dari Batik Arjuna dan pesanan batik tulis yang mencantumkan logo instansinya, meskipun proses dan corak warna belum pernah dibuat, kemungkinan kesesuaian pesanan juga beresiko akan tetapi pemilik terus berusaha sampai proses pembuatan batik sesuai dengan pesanan walau harus mengulang beberapa kali hingga berhasil.

Berikut penjelasan hasil wawancara variabel berani mengambil resiko, indikator kedua yaitu berani mengambil tantangan untuk memenuhi pesanan meskipun batas waktu pengerjaan kurang dari standar waktu biasanya dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4. 14. Hasil Wawancara Responden Variabel Berani Mengambil Resiko Indikator 2

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
b.	Berani mengambil tantangan untuk memenuhi pesanan meskipun batas waktu pengerjaan kurang dari standar waktu biasanya.	Iya, saya berani, contohnya: pesanan batik yang akan dipakai sebagai seragam, yang harus jadi dalam waktu 1 minggu, padahal sebenarnya waktu yang dibutuhkan adalah hampir 2 minggu jika waktu standar pengerjaan. Saya menyanggupi karena yakin mampu menyelesaikan pesanan sesuai waktu yang telah disepakati meskipun harus lembur dan tetap dengan kualitas yang sama/baik.	Pemilik merupakan sosok pemimpin yang berani mengambil resiko untuk memenuhi kebutuhan konsumen seperti dalam menyelesaikan pesanan lebih cepat karena pernah ada pesanan yang seharusnya dikerjakan dalam 2 minggu akan tetapi meminta untuk diselesaikan dalam waktu 1 minggu.	Pemilik berani mengambil pesanan meskipun batas waktu kurang dari standar karena yakin mampu menyelesaikan.	Pemilik berani mengambil pesanan tersebut karena pernah ada pesanan yang seharusnya diselesaikan lebih cepat dari waktu standar pengerjaan, pemilik mampu menyelesaikan pesanan tersebut dengan baik.	Ya, pemilik berani mengambil pesanan meskipun batas waktu pengerjaan kurang dari standar waktu biasanya, karena pemilik merasa yakin mampu menyelesaikannya meskipun harus kerja lembur dan tetap dengan hasil yang sama dan berkualitas.	Ya pemilik berani mengambil pesanan meskipun dalam waktu yang kurang ari standar, tapi tetap membicarakan kepada kayawan untuk lembur	Pemilik berani mengambil pesanan meskipun waktu yang ditentukan kurang dari standart biasanya, karena pemilik biasanya akan menghitung dulu waktu pengerjaan berdasarkan tingkat kesulitan pesanan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator kedua dalam variable berani mengambil resiko pemilik berani mengambil pesanan meskipun waktu yang diberikan kurang dari standar yang ada, contohnya: pesanan batik yang akan dipakai sebagai seragam, yang harus jadi dalam waktu 1 minggu, padahal sebenarnya waktu yang dibutuhkan adalah hampir 2 minggu jika waktu standar pengerjaan, menyanggupi karena yakin mampu menyelesaikan pesanan sesuai waktu yang telah disepakati meskipun harus lembur dan tetap dengan kualitas yang sama/baik.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan sosok pemimpin yang berani mengambil resiko untuk memenuhi kebutuhan konsumen seperti dalam menyelesaikan pesanan lebih cepat karena pernah ada pesanan yang seharusnya dikerjakan dalam 2 minggu akan tetapi meminta untuk diselesaikan dalam waktu 1 minggu. Meskipun harus lembur dan diinfokan kepada karyawan serta pengerjaan yang lebih cepat pun tidak mempengaruhi kualitas produk.

Berikut penjelasan hasil wawancara variabel berani mengambil resiko, indikator ketiga yaitu berani mengambil tantangan berupa pesanan dari konsumen dalam jumlah yang lebih besar dari biasanya dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4. 15. Hasil Wawancara Responden Variabel Berani Mengambil Resiko Indikator 3

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
c.	Berani mengambil tantangan berupa pesanan dari konsumen dalam jumlah yang lebih besar dari biasanya.	Iya, saya berani menerima pesanan lebih banyak dari biasanya, karena membuat lebih berpengalaman dan berkembang serta mampu manajemen waktu dengan lebih baik. Contohnya pernah ada pesanan batik tulis yang biasanya hanya mampu menyelesaikan 50 potong dalam waktu 3 minggu, akan tetapi konsumen pernah ada yang memesan 100 potong meskipun karyawan harus lembur .	Iya pemilik menyukai tantangan mengambil pesanan konsumen dalam jumlah lebih besar dari biasanya.	Iya, pemilik berani mengambil tantangan hal ini terlihat ketika menyelesaikan pesanan batik tulis yang seharusnya hanya mampu menyelesaikan 50 potong dalam waktu 3 minggu, akan tetapi konsumen pernah ada yang memesan 100 potong.	Pemilik berani mengambil pesanan dalam jumlah lebih besar dari biasanya, karena akan memicu semangat karyawan juga karena mendapat lembur.	Iya, pemilik berani mengambil pesanan lebih besar dari biasanya. Contohnya beberapa bulan lalu pernah ada pesanan yang biasanya hanya mampu menyelesaikan 50 potong pesanan tetapi waktu itu mendapat pesanan 1000 potong	Iya pemillik berani mengambil pesanan dalam jumlah lebih besar dari biasanya, karena akan mampu menambah pengalaman dalam manajemen waktu	Pemilik berani mengambilpesanan dalam jumlah lebih besar dari biasanya, karena pernah ada pesanan dalam waktu 3 minggu yang biasanya hanya bisa menyelesaikan 50 potong akan tetapi pelanggan memberikan order 100 potong dan selesai sesuai waktu.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator ketiga dalam variabel berani mengambil resiko pemilik menyukai tantangan seperti berani menerima pesanan lebih banyak dari biasanya, karena hal tersebut membuat lebih berpengalaman dan berkembang serta mampu manajemen waktu dengan lebih baik. Contohnya pernah ada pesanan batik tulis yang biasanya hanya mampu menyelesaikan 50 potong dalam waktu 3 minggu, akan tetapi konsumen pernah ada yang memesan 100 potong meskipun karyawan harus lembur.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang berani mengambil tantangan hal ini terlihat ketika menyelesaikan pesanan batik tulis yang seharusnya hanya mampu menyelesaikan 50 potong dalam waktu 3 minggu, akan tetapi konsumen pernah ada yang memesan 100 potong dan dapat diselesaikan dalam waktu yang sama, meskipun harus kerja lembur. Hal ini dapat menambah pengalaman mengenai manajemen waktu agar mampu menyelesaikan pekerjaan dengan waktu yang lebih singkat dan hasil maupun kualitas yang sama/baik.

Berikut penjelasan hasil wawancara variabel berani mengambil resiko, indikator keempat yaitu berani menanggung resiko adanya kerugian jika adanya ketidaksesuaian pesanan dapat dilihat pada tabel 4.16.

Tabel 4. 16. Hasil Wawancara Responden Variabel Berani Mengambil Resiko Indikator 4

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
d.	Berani menanggung resiko adanya kerugian jika adanya ketidaksesuaian pesanan	Iya, saya berani. Contohnya: pada saat ada pesanan dari konsumen yang salah warna meskipun ada 40 potong pemilik mengganti pesanan tersebut dengan membuat ulang sesuai dengan pesanan konsumen, sebagai bukti tanggung jawab perusahaan dan kepuasan konsumen.	Pemilik merupakan orang yang penuh tanggung jawab terhadap pesanan konsumen, hal tersebut terbukti ketika ada kesalahan dalam pesanan, pemilik berani mengganti pesanan tersebut meskipun ada 40 potong.	Ya pemilik berani menanggung resiko jika ada kesalahan dalam pesanan, meski laba yang diperoleh menjadi terpotong ketika mengganti pesanan lama yang tidak sesuai dan mengulang produksi sesuai dengan pesanan konsumen.	Iya, pemilik berani menanggung kerugian, karena pemilik merupakan orang yang bertanggung jawab dan menjaga kepercayaan pelanggan.	Ya pemilik berani menanggung kerugian akibat ketidaksesuaian pesanan dan menyelesaikan sesuai keinginan konsumen, karena pernah ada kesalahan warna dalam pesanan sebanyak 40 potong meskipun harus rugi waktu dan membayar lebih karena karyawan harus lembur.	Pemilik berani menanggung kerugian akibat ketidaksesuaian pesanan, maka pemilik akan mengganti sebagai bentuk tanggung jawab terhadap pelanggan.	Iya, pemilik berani menanggung kerugian akibat ketidaksesuaian pesanan. Contohnya pernah ada pesanan 40 potong yang salah warna, kemudian pemilik mengganti sesuai pesanan pelanggan meskipun rugi waktu, tenaga dan melemburkan karyawan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator keempat dalam variabel berani mengambil resiko pemilik berani menanggung kerugian akibat kesalahan pesanan/ ketidaksesuaian pesanan. Contohnya: pada saat ada pesanan dari konsumen yang salah warna meskipun ada 40 potong pemilik mengganti pesanan tersebut dengan membuat ulang sesuai dengan pesanan konsumen, sebagai bukti tanggung jawab perusahaan dan kepuasan konsumen.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang berani menanggung kerugian akibat ketidaksesuaian pesanan. Contohnya pernah ada pesanan 40 potong yang salah warna, kemudian pemilik mengganti sesuai pesanan pelanggan meskipun rugi waktu, tenaga dan melemburkan karyawan.

Berdasarkan karakteristik berani mengambil resiko seperti yang telah dibahas diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik Batik Arjuna berani mengambil resiko untuk memenuhi permintaan konsumen meskipun belum pernah membuat sebelumnya, karena akan membuat lebih berkembang, menambah pengalaman dan pengetahuan, misalnya pada saat konsumen yang ingin memesan batik yang ingin mencantumkan logo instansi dalam baju batik yang diproduksi. Pernah juga ada pesanan dari mahasiswa yang menempuh pendidikan di Italia yang memesan batik tulis di Batik Arjuna dimana konsep, warna dan corak batik sama sekali belum pernah dibuat di Batik Arjuna dan berusaha sesuai dengan pesanan. Pemilik berani mengambil pesanan meskipun waktu yang diberikan kurang dari standar yang ada, contohnya: pesanan batik yang akan dipakai sebagai seragam, yang harus jadi

dalam waktu 1 minggu, padahal sebenarnya waktu yang dibutuhkan adalah hampir 2 minggu jika waktu standar pengerjaan, menyanggupi karena yakin mampu menyelesaikan pesanan sesuai waktu yang telah disepakati meskipun harus lembur dan tetap dengan kualitas yang sama/baik.

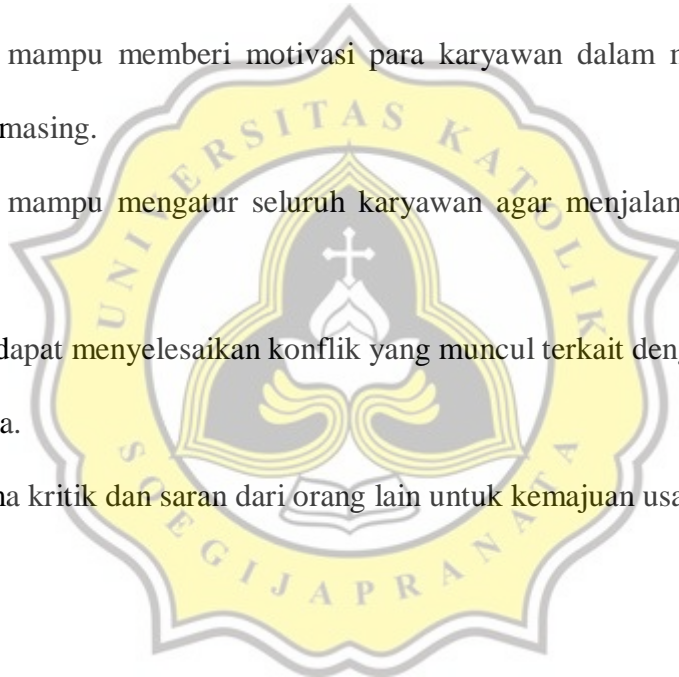
Pemilik menyukai tantangan seperti berani menerima pesanan lebih banyak dari biasanya, karena hal tersebut membuat lebih berpengalaman dan berkembang serta mampu manajemen waktu dengan lebih baik. Contohnya pernah ada pesanan batik tulis yang biasanya hanya mampu menyelesaikan 50 potong dalam waktu 3 minggu, akan tetapi konsumen pernah ada yang memesan 100 potong meskipun karyawan harus lembur. Pemilik berani menanggung kerugian akibat kesalahan pesanan/ ketidaksesuaian pesanan. Contohnya: pada saat ada pesanan dari konsumen yang salah warna meskipun ada 40 potong pemilik mengganti pesanan tersebut dengan membuat ulang sesuai dengan pesanan konsumen, sebagai bukti tanggung jawab perusahaan dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan teori Meredith variabel berani mengambil resiko, hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap pemilik dan karyawan Batik Arjuna dapat dikatakan bahwa pemilik memiliki karakteristik kewirausahaan yang ada di dalam teori Meredith. Hal ini dapat dilihat bahwa pemilik telah memenuhi indikator-indikator yang ada di dalam teori Meredith yaitu berani mengambil resiko dalam hal pesanan produk, standar waktu, jumlah pesanan dan berani menanggung kerugian akibat salah proses pembuatan.

4.3.4 Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seorang pengusaha dalam membimbing dan mengarahkan orang lain, menjembatani komunikasi yang efektif dan memecahkan konflik, mengawasi dan mengontrol sehingga mampu mempengaruhi karyawan untuk bekerja ke arah tujuan yang sama dengan baik. Untuk mengetahui objek penelitian ini memiliki karakteristik kepemimpinan maka hasil indikator-indikatornya antara lain:

- a. Pemilik mampu memberi motivasi para karyawan dalam menjalankan tugas masing-masing.
- b. Pemilik mampu mengatur seluruh karyawan agar menjalankan tugas dengan benar.
- c. Pemilik dapat menyelesaikan konflik yang muncul terkait dengan seluruh proses usahanya.
- d. Menerima kritik dan saran dari orang lain untuk kemajuan usaha.



Berikut penjelasan hasil wawancara variabel kepemimpinan, indikator pertama yaitu mampu memberi motivasi para karyawan dalam menjalankan tugas masing-masing dapat dilihat pada tabel 4.17.

Tabel 4. 17. Hasil Wawancara Responden Variabel Kepemimpinan Indikator 1

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
a.	Mampu memberi motivasi para karyawan dalam menjalankan tugas masing-masing	Iya, saya mampu memberi motivasi kepada karyawan untuk dengan cara memberikan reward kepada karyawan yang mampu mencapai target penjualan, karyawan teladan, membangun suasana kerja yang positif sehingga karyawan nyaman dalam bekerja, memberikan dorongan kepada karyawan untuk terus maju dan berkembang.	Iya, mampu karena ketika para marketing mencapai target penjualan biasanya pemilik memberikan reward atau bonus.	Iya, mampu karena setiap tahun pemilik memberikan hadiah kepada karyawan teladan yang terpilih, dengan adanya bonus seperti itu akan menumbuhkan motivasi semangat bekerja para karyawan.	Iya, mampu karena pemilik mampu menempatkan diri sebagai pemilik atau sebagai partner kerja pada saat terjun di produksi sehingga mampu memotivasi karyawan karena melihat semangat kerja beliau.	Iya, mampu karena pemilik akan memberikan bonus kerja ketika para karyawan mampu menyelesaikan tugasnya dengan baik dan sesuai dengan target waktu maupun pesanan.	Iya, pemilik mampu memberikan motivasi kepada karyawan karna sering memberikan dorongan kepada karyawan agar terus maju dan berkembang dalam mendesain, pengoplosan warna batik, maupun proses dalam membuat batik.	Iya, pemilik mampu memberikan motivasi bekerja karena sering memberikan bonus.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator pertama dalam variabel kepemimpinan menunjukkan bahwa pemilik mampu memberi motivasi kepada karyawan untuk dengan cara memberikan reward kepada karyawan yang mampu mencapai target penjualan, karyawan teladan, membangun suasana kerja yang positif sehingga karyawan nyaman dalam bekerja, memberikan dorongan kepada karyawan untuk terus maju dan berkembang.

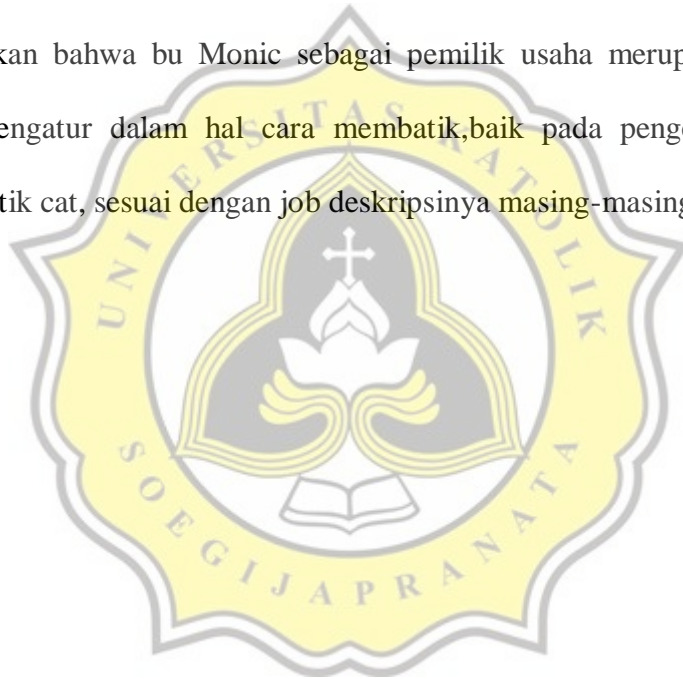
Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang mampu memberikan motivasi kepada karyawan karena ketika para marketing mencapai target penjualan biasanya pemilik memberikan reward atau bonus, mampu menempatkan diri sebagai pemilik atau sebagai partner kerja pada saat terjun di produksi sehingga mampu memotivasi karyawan karena melihat semangat kerja beliau, pemilik mampu memberikan motivasi kepada karyawan karena sering memberikan dorongan kepada karyawan agar terus maju dan berkembang dalam mendesain, pengoplosan warna batik, maupun proses dalam membatik.

Berikut penjelasan hasil wawancara variabel kepemimpinan, indikator kedua yaitu mampu mengatur seluruh karyawan agar menjalankan tugas dengan benar dapat dilihat pada tabel 4.18.

Tabel 4. 18. Hasil Wawancara Responden Variabel Kepemimpinan Indikator 2

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
b.	Mampu mengatur seluruh karyawan agar menjalankan tugas dengan benar	Iya, saya mengatur seluruh karyawan dengan terjun langsung untuk ikut serta dalam proses produksi serta mengawasi, membimbing dan mengarahkan karyawan pada saat proses produksi agar mampu menjalankan tugas dengan benar. Contohnya: mengatur dan mengarahkan bagaimana cara membatik tulis, membatik cat, pencampuran warna, mengecek jahitan, dll.	Iya, pemilik selalu mengatur dalam hal cara membatik, baik pada pengerjaan batik tulis maupun batik cat, sesuai dengan job deskripsinya masing-masing.	Iya, pemilik selalu mengatur dan mau terjun langsung pada saat proses produksi sehingga karyawan dapat melakukan tugasnya masing-masing dengan benar.	Pemilik selalu mengatur dan mengarahkan ketika ada pelanggan meminta desain-desain baru. Pemilik mengarahkan dan membimbing karyawan sesuai dengan tanggung jawabnya masing-masing.	Pemilik selalu mengatur dan mengarahkan karyawan serta memberikan pelatihan agar mampu mengembangkan skill sesuai dengan tugasnya masing-masing.	Iya, pemilik mampu mengatur dan mengarahkan karyawan sesuai dengan job nya masing-masing, seperti tukang cat, tukang batik, pewarnaan.	Iya, pemilik selalu mengatur dalam hal membatik, menentukan corak, pewarnaan, menjahit sesuai dengan job deskripsi masing-masing karyawan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator kedua dalam variabel kepemimpinan menunjukkan bahwa pemilik mengatur seluruh karyawan dengan terjun langsung ke lapangan untuk ikut serta dalam proses produksi serta mengawasi, membimbing dan mengarahkan karyawan pada saat proses produksi agar mampu menjalankan tugas dengan benar. Contohnya: mengatur dan mengarahkan bagaimana cara membatik tulis, membatik cat, pencampuran warna, mengecek jahitan, dll. Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang mampu mengatur dalam hal cara membatik, baik pada pengerjaan batik tulis maupun batik cat, sesuai dengan job deskripsinya masing-masing.



Berikut penjelasan hasil wawancara variabel kepemimpinan, indikator ketiga yaitu dapat menyelesaikan konflik yang muncul terkait dengan seluruh proses usahanya dapat dilihat pada tabel 4.19.

Tabel 4. 19. Hasil Wawancara Responden Variabel Kepemimpinan Indikator 3

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
c.	Dapat menyelesaikan konflik yang muncul terkait dengan seluruh proses usahanya.	Ya, saya mampu menyelesaikan konflik yang muncul terkait usaha, karena setiap usaha pasti akan ada konflik atau masalah yang akan muncul tetapi saya dapat menyelesaikannya, biasanya mengenai pesanan yang deadline waktunya mepet, kualitas corak dan desain batik, komplain warna, jahitan.	Iya, pemilik mampu menyelesaikan konflik yang ada, karena konflik yang muncul dalam usaha pun hanya sebatas mengenai orderan, pengerjaan yang di kejar waktu, pesanan yang menumpuk, dan kualitas yang harus dipertahankan.	Iya, pemilik mampu menyelesaikan konflik yang terkait usaha, misalnya jika terjadi komplain mengenai pesanan yang kurang sesuai pemilik langsung membahas dan mencari solusi terbaik untuk menekan kerugian dan tetap mempertahankan kepuasan konsumen.	Iya, pemilik mampu menyelesaikan konflik tetap dengan melalui proses tidak langsung selesai karena disini konflik yang timbul terkait dengan proses pengerjaan batik, dan mencari solusi bersama.	Iya, pemilik mampu menyelesaikan konflik atau masalah yang muncul missal dikejar waktu deadline pesanan sedangkan pesanan yang lain menumpuk juga biasanya pemilik mencari karyawan tambahan agar pesanan tetap mampu diselesaikan tepat waktu.	Iya, pemilik mampu menyelesaikan konflik misalnya ketika ada pesanan batik tulis yang coraknya kurang sesuai dengan hasilnya karena pernah terjadi kemudian pemilik mencari cara bagaimana corak tersebut dapat sama dengan keinginan konsumen.	Iya, pemilik mampu menyelesaikan konflik terkait hasil jahitan misalnya jahitannya, karena ada order yang minta ukuran atau kesesuaian <i>stich per inch</i> (SPI) ada beberapa yang tidak sesuai ya langsung di cek, kemudian di bongkar jahitan dan merubah setelan mesin jahit.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator ketiga dalam variabel kepemimpinan menunjukkan bahwa pemilik mampu menyelesaikan konflik yang muncul terkait usaha, karena setiap usaha pasti akan ada konflik atau masalah yang akan muncul tetapi pemilik dapat menyelesaikannya, biasanya mengenai pesanan yang *deadline* /waktunya mepet, kualitas corak dan desain batik, komplain warna, jahitan. Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang mampu menyelesaikan konflik yang ada, karena konflik yang muncul dalam usaha pun hanya sebatas mengenai orderan, pengerjaan yang di kejar waktu, pesanan yang menumpuk, dan kualitas yang harus dipertahankan seperti konflik terkait hasil jahitan misalnya jahitannya, karena ada order yang minta ukuran atau kesesuaian *stich per inch* (SPI) ada beberapa yang tidak sesuai ya langsung di cek, kemudian dibongkar jahitan dan merubah setelan mesin jahit, corak pesanan.

Berikut penjelasan hasil wawancara variabel kepemimpinan, indikator keempat yaitu menerima kritik dan saran dari orang lain untuk kemajuan usaha dapat dilihat pada tabel 4.20.

Tabel 4. 20. Hasil Wawancara Responden Variabel Kepemimpinan Indikator 4

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
d.	Menerima kritik dan saran dari orang lain untuk kemajuan usaha	Saya terbuka terhadap kritik dan saran, terkadang saya yang meminta masukan dari karyawan guna untuk kemajuan usaha, meliputi cara pemasaran produk, desain, corak dan warna batik atau produk apa yang sedang laku seperti masa sekarang masker. Bahkan ketika terjadi kesalahan produksi biasanya saya meminta kritik dan saran dari karyawan agar menemukan penyelesaian yang terbaik.	Iya, pemilik merupakan pemimpin yang terbuka terhadap kritik dan saran. Pemilik justru terkadang meminta karyawan untuk memberikan masukan entah dalam hal pemasaran, desain produk, ragam hasil produk, dll	Iya, pemilik mampu menerima kritik dan saran untuk kemajuan usaha, seperti ketika terjadi masalah proses produksi karyawan diberi kelonggaran untuk memberikan masukan, kritik dan saran.	Iya, pemilik merupakan orang yang mampu menerima kritik dan saran dari orang lain apabila desainnya perlu diperbaiki.	Iya, pemilik merupakan orang yang mampu menerima kritik dan saran untuk kemajuan usaha, seperti ketika ada saran untuk membuat produk yang sedang booming di pasaran seperti masker batik.	Iya, pemilik merupakan pemimpin yang mampu menerima kritik dan saran ataupun dari karyawan, karena terkadang justru pemilik secara terbuka meminta masukan dari karyawan, mengenai desain baru.	Iya, pemilik merupakan orang yang mampu menerima kritik dan saran dari orang lain, seperti pembuatan desain, corak maupun warna batik yang sedang populer, agar banyak diminati masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator keempat dalam variabel kepemimpinan menunjukkan bahwa pemilik terbuka terhadap kritik dan saran, terkadang pemilik yang meminta masukan dari karyawan guna untuk kemajuan usaha, meliputi cara pemasaran produk, desain, corak dan warna batik atau produk apa yang sedang laku seperti masa sekarang masker. Bahkan ketika terjadi kesalahan produksi biasanya pemilik meminta kritik dan saran dari karyawan agar menemukan penyelesaian yang terbaik.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan pemimpin yang terbuka terhadap kritik dan saran. Pemilik justru terkadang meminta karyawan untuk memberikan masukan entah dalam hal pemasaran, desain produk, ragam hasil produk, ketika terjadi masalah proses produksi karyawan diberi kelonggaran untuk memberikan masukan, kritik dan saran, ketika ada saran untuk membuat produk yang sedang booming di pasaran seperti masker batik.

Berdasarkan karakteristik kepemimpinan seperti yang telah dibahas diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik Batik Arjuna pemilik mampu memberi motivasi kepada karyawan untuk dengan cara memberikan reward kepada karyawan yang mampu mencapai target penjualan, karyawan teladan, membangun suasana kerja yang positif sehingga karyawan nyaman dalam bekerja, memberikan dorongan kepada karyawan untuk terus maju dan berkembang. Pemilik mengatur seluruh karyawan dengan terjun langsung ke lapangan untuk ikut serta dalam proses produksi serta mengawasi, membimbing dan mengarahkan karyawan pada saat proses produksi agar mampu menjalankan tugas dengan benar. Contohnya:

mengatur dan mengarahkan bagaimana cara membatik tulis, membatik cat, pencampuran warna, mengecek jahitan, dll.

Pemilik mampu menyelesaikan konflik yang muncul terkait usaha, karena setiap usaha pasti akan ada konflik atau masalah yang akan muncul tetapi pemilik dapat menyelesaikannya, biasanya mengenai pesanan yang *deadline* /waktunya mepet, kualitas corak dan desain batik, komplain warna, jahitan, SPI(*stich per inch*). Pemilik terbuka terhadap kritik dan saran, terkadang pemilik yang meminta masukan dari karyawan guna untuk kemajuan usaha, meliputi cara pemasaran produk, desain, corak dan warna batik atau produk apa yang sedang laku seperti masa sekarang masker. Bahkan ketika terjadi kesalahan produksi biasanya pemilik meminta kritik dan saran dari karyawan agar menemukan penyelesaian yang terbaik.

Berdasarkan teori Meredith variabel kepemimpinan, hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap pemilik dan karyawan Batik Arjuna dapat dikatakan bahwa pemilik memiliki karakteristik kewirausahaan yang ada di dalam teori Meredith. Hal ini dapat dilihat bahwa pemilik telah memenuhi indikator-indikator yang ada di dalam teori Meredith yaitu kepemimpinan dalam hal proses yang mencakup pemberian motivasi karyawan, pengaturan orang, dan dapat menyelesaikan konflik.

4.3.5 Keorisinilan

Keorisinilan merupakan karakteristik wirausaha yang memiliki pendapat sendiri, tidak menjiplak maupun mengekor pendapat orang lain dengan

dicerminkan oleh sikap kreatif, inovatif dan fleksibel dengan diukur dari sikap yang tidak pernah puas dan individu yang mudah beradaptasi pada perkembangan jaman. Untuk mengetahui objek penelitian ini memiliki karakteristik keorisinilan maka hasil indikator-indikatornya antara lain:

- a. Pemilik inovatif dalam menghasilkan produk-produk baru yang khas.
- b. Pemilik dapat menyerap gagasan-gagasan baru untuk diwujudkan dalam produk baru yang orisinal/corak khas.
- c. Fleksibel



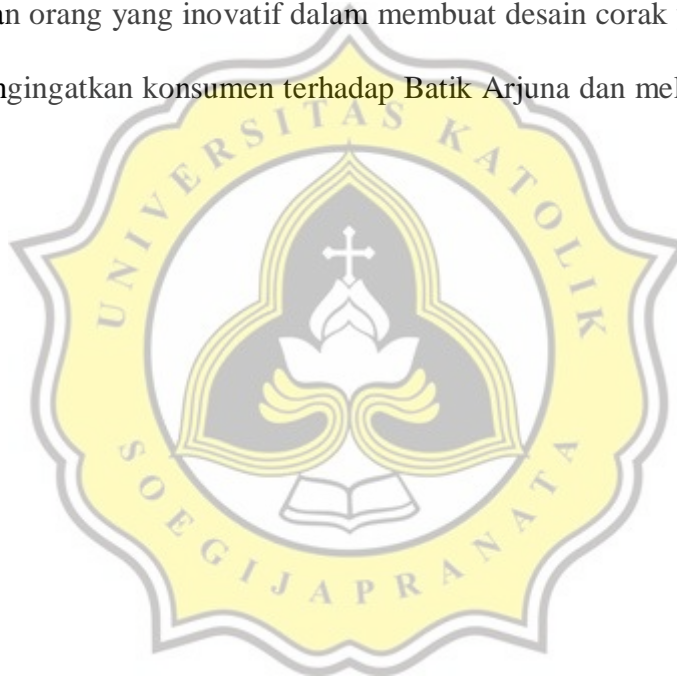
Berikut penjelasan hasil wawancara variabel keorisinilan, indikator pertama yaitu inovatif dalam menghasilkan produk-produk baru yang khas dapat dilihat pada tabel 4.21.

Tabel 4. 21. Hasil Wawancara Responden Variabel Keorisinilan Indikator 1

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
a.	Inovatif dalam menghasilkan produk-produk baru yang khas	Ya, saya inovatif menghasilkan produk yang khas di Batik Arjuna yaitu motif batik kontemporer. Saya menyukai motif batik klasik, akan tetapi tetap menggunakan motif-motif batik Semarang agar tetap mudah diingat oleh konsumen bahwa Batik Arjuna merupakan batik yang berasal dari Semarang.	Iya, pemilik inovatif dalam menciptakan atau membuat ciri khas batik yang di jual di Batik Arjuna dengan motif kontemporer warna gradasi.	Iya, Batik arjuna mempunyai desain khas yaitu corak kontemporer.	Iya, pemilik inovatif dalam membuat desain corak yang mempunyai ciri khas yaitu kontemporer dengan warna gradasi yang diharapkan mampu mengingatkan konsumen terhadap Batik Arjuna dan melambangkan keorisinilan produk Batik Arjuna.	Iya, pemilik inovatif dalam menghasilkan produk yang khas, ada desain corak khusus yang memudahkan konsumen untuk mengingat dengan mudah bahwa batik tersebut merupakan Batik Arjuna, yaitu motif kontemporer.	Iya, pemilik inovatif dalam produk yang khas yaitu memiliki desain khusus yang menunjukkan bahwa itu adalah desain Batik Arjuna yaitu desain dengan corak kontemporer.	Iya, pemilik inovatif menghasilkan produk yang khas, Batik Arjuna mempunyai corak khas yaitu corak kontemporer.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator pertama dalam variabel keorisinilan menunjukkan bahwa pemilik inovatif menghasilkan produk yang khas di Batik Arjuna yaitu motif batik kontemporer dengan warna

gradasi. Pemilik menyukai motif batik klasik, akan tetapi tetap menggunakan motif-motif batik Semarangan agar tetap mudah diingat oleh konsumen bahwa Batik Arjuna merupakan batik yang berasal dari Semarang. Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang inovatif dalam membuat desain corak yang mempunyai ciri khas yaitu motif kontemporer yang diharapkan mampu mengingatkan konsumen terhadap Batik Arjuna dan melambungkan keorisinalan produk Batik Arjuna.



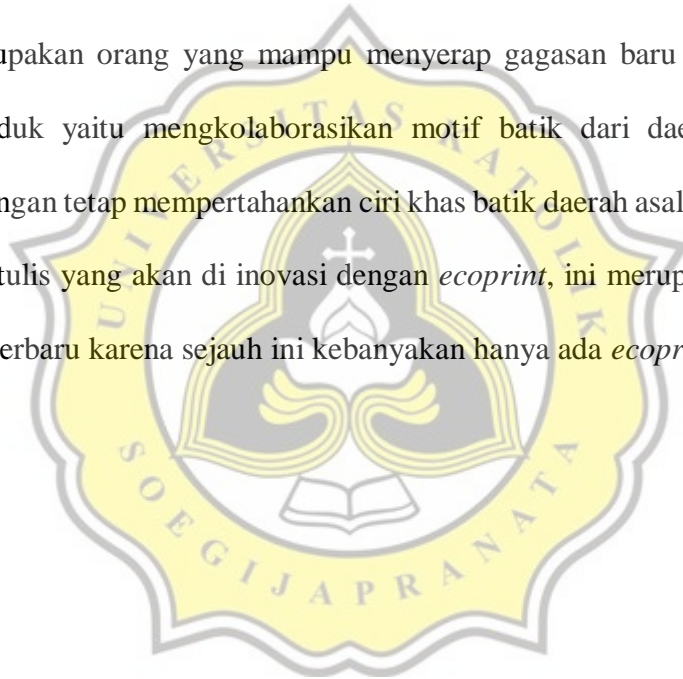
Berikut penjelasan hasil wawancara variabel keorisinilan, indikator kedua yaitu dapat menyerap gagasan-gagasan baru untuk diwujudkan dalam produk baru yang orisinal/corak khas dapat dilihat pada tabel 4.22.

Tabel 4. 22. Hasil Wawancara Responden Variabel Keorisinilan Indikator 2

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
b.	Dapat menyerap gagasan-gagasan baru untuk diwujudkan dalam produk baru yang orisinal/corak khas	Ya, saya mampu menyerap gagasan baru untuk diwujudkan produk yaitu saat ini sedang menunggu proses pembuatan <i>ecoprint</i> yang akan digabungkan dengan batik tulis, yang selama ini ada hanya <i>ecoprint</i> murni, mengkolaborasi desain dari berbagai daerah.	Iya, pemilik mampu menyerap gagasan baru untuk diwujudkan dalam produk, membuat desain/corak yang sudah ada dengan mengkolaborasi motif batik dari daerah berbeda, dengan tetap mempertahankan ciri khas batik daerah asal.	Iya, pemilik mampu menyerap gagasan baru yang diwujudkan dalam produk yaitu membuat konsep baru batik tulis yang akan di inovasi dengan <i>ecoprint</i> yang saat ini sedang dipersiapkan.	Iya, pemilik mampu menyerap gagasan untuk diwujudkan dalam produk seperti saat ini yang sedang dipersiapkan adalah dengan membuat produk <i>ecoprint</i> yang akan digabungkan dengan batik tulis.	Iya, pemilik mampu menyerap gagasan baru untuk diwujudkan produk, membuat desain/corak yang sudah ada dengan mengkolaborasikan motif batik dari daerah yang berbeda, dengan tetap mempertahankan ciri khas batik daerah asal.	Iya, pemilik mampu menyerap gagasan baru yang diwujudkan dalam produk yaitu membuat konsep baru batik tulis yang akan di inovasi dengan <i>ecoprint</i> yang saat ini sedang dipersiapkan, karena sejauh ini hanya ada <i>ecoprint</i> murni.	Iya, pemilik mampu menyerap gagasan baru yang diwujudkan dalam produk yaitu membuat konsep baru batik tulis yang akan di inovasi dengan <i>ecoprint</i> , ini merupakan gagasan dan trobosan terbaru karena sejauh ini kebanyakan hanya ada <i>ecoprint</i> murni.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator kedua dalam variabel keorisinilan menunjukkan bahwa pemilik mampu menyerap gagasan baru untuk diwujudkan produk yaitu saat ini sedang menunggu proses pembuatan *ecoprint* yang akan digabungkan dengan batik tulis, yang selama ini ada hanya *ecoprint* murni, selain itu juga mengkolaborasikan desain dari berbagai daerah.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang mampu menyerap gagasan baru yang diwujudkan dalam produk yaitu mengkolaborasikan motif batik dari daerah daerah yang berbeda dengan tetap mempertahankan ciri khas batik daerah asal, membuat konsep baru batik tulis yang akan di inovasi dengan *ecoprint*, ini merupakan gagasan dan terobosan terbaru karena sejauh ini kebanyakan hanya ada *ecoprint* murni.



Berikut penjelasan hasil wawancara variabel keorisinilan, indikator ketiga yaitu merupakan orang fleksibel dapat dilihat pada tabel 4.23.

Tabel 4. 23. Hasil Wawancara Responden Variabel Keorisinilan Indikator 3

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
c.	Merupakan orang fleksibel.	Ya, saya fleksibel /mudah beradaptasi terhadap perkembangan, Batik Arjuna tidak hanya memproduksi batik tulis saja akan tetapi juga batik cap. Contohnya sekarang yang sedang laku di pasaran akan berusaha memenuhi permintaan pasar dengan tetap menjaga kualitas, inovasi keorisinilan dan khas Batik Arjuna seperti permintaan masker.	Pemilik adalah pimpinan yang mampu beradaptasi dengan perkembangan jaman. Contohnya: jika ada model terbaru dari trend batik maka pemilik berusaha membuat sampel yang nantinya akan dipasarkan, dan terus berinovasi terhadap perubahan perubahan batik dari waktu- ke waktu.	Iya, pemilik adalah pemimpin yang mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman yaitu mampu membuat produk yang sedang diminati oleh banyak konsumen meskipun produk yang sedang diminati sering berubah- ubah, contoh sekarang sedang ramai permintaan masker, maka membuat masker batik.	Iya, pemilik merupakan pemimpin yang mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, dan pemilik terus berinovasi terhadap produk batik yang sedang digelutinya agar mampu bersaing dengan kompetitor.	Iya, pemilik merupakan individu yang mudah beradaptasi terhadap perkembangan zaman, karena Batik Arjuna tidak hanya memproduksi batik tulis tapi juga batik cap yang terus melakukan inovasi.	Iya, pemilik mudah beradaptasi dengan perkembangan jaman, contohnya pemilik terus membuat inovasi terhadap produk dengan tidak meninggalkan keaslian atau ciri khas produk batik Arjuna, seperti sekarang sedang meningkat permintaanya dengan membuat masker.	Iya, pemilik merupakan pemimpin yang mampu beradaptasi/ fleksibel dengan perkembangan jaman, yaitu dengan terus berinovasi terhadap hasil produksi, yang sekarang sedang permintaan dengan memproduksi masker.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator ketiga dalam variabel keorisinilan menunjukkan bahwa pemilik merupakan pribadi yang fleksibel /orang yang mudah beradaptasi terhadap perkembangan, Batik Arjuna tidak hanya memproduksi batik tulis saja akan tetapi juga batik cap. Contohnya sekarang yang sedang laku di pasaran akan berusaha memenuhi permintaan pasar dengan tetap menjaga kualitas, inovasi keorisinilan dan khas Batik Arjuna seperti permintaan masker. Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman yaitu mampu membuat produk yang sedang diminati oleh banyak konsumen meskipun produk yang sedang diminati sering berubah-ubah, contoh sekarang sedang ramai permintaan masker, maka membuat masker batik.

Berdasarkan karakteristik keorisinilan seperti yang telah dibahas diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik Batik Arjuna inovatif menghasilkan produk yang khas di Batik Arjuna yaitu motif kontemporer. Pemilik menyukai motif batik klasik, akan tetapi tetap menggunakan motif-motif batik Semarang agar tetap mudah diingat oleh konsumen bahwa Batik Arjuna merupakan batik yang berasal dari Semarang. Pemilik mampu menyerap gagasan baru untuk diwujudkan produk yaitu saat ini sedang menunggu proses pembuatan *ecoprint* yang akan digabungkan dengan batik tulis, yang selama ini ada hanya *ecoprint* murni, selain itu juga mengkolaborasikan desain dari berbagai daerah. Pemilik merupakan pribadi yang fleksibel /orang yang mudah beradaptasi terhadap perkembangan, Batik Arjuna tidak hanya memproduksi batik tulis saja akan tetapi juga batik cap. Contohnya sekarang yang

sedang laku di pasaran akan berusaha memenuhi permintaan pasar dengan tetap menjaga kualitas, inovasi keorisinilan dan khas Batik Arjuna seperti permintaan masker.

Berdasarkan teori Meredith variabel kepemimpinan, hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap pemilik dan karyawan Batik Arjuna dapat dikatakan bahwa pemilik memiliki karakteristik kewirausahaan yang ada di dalam teori Meredith. Hal ini dapat dilihat bahwa pemilik telah memenuhi indikator-indikator yang ada di dalam teori Meredith yaitu keorisinilan dalam hal mampu menciptakan ide-ide kreatif, inovatif dan fleksibel.

4.3.6 Berorientasi Pada Masa Depan

Karakteristik wirausaha yang memiliki persepsi dan pandangan jauh kedepan, mampu mencari celah-celah dari peluang yang ada, terus memperbaiki sistem manajemennya, dan membuat perencanaan yang akan datang. Untuk mengetahui objek penelitian ini memiliki karakteristik berorientasi pada masa depan maka hasil indikator-indikatornya antara lain:

- a. Pemilik terus memperbaiki sistem manajemen agar mampu mengikuti proses manajemen yang baru.
- b. Pemilik membuat *planning* mengenai pemasaran yang akan datang.
- c. Memiliki keinginan untuk membuka cabang di seluruh kota besar di Pulau Jawa.
- d. Keinginan menguasai semua segmen pasar.

Berikut penjelasan hasil wawancara variabel berorientasi pada masa depan, indikator pertama yaitu terus memperbaiki sistem manajemen agar mampu mengikuti proses manajemen yang baru dapat dilihat pada tabel 4.24.

Tabel 4. 24. Hasil Wawancara Responden Variabel Berorientasi Pada Masa Depan Indikator 1

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
a.	Terus memperbaiki sistem manajemen agar mampu mengikuti proses manajemen yang baru	Ya, saya memperbaiki sistem manajemen dengan meninjau proses produksi, struktur organisasi, alat dan bahan, harga, kualitas dan layanan. Contohnya memperbaiki alur proses produksi dari nyungging sampai nglorod, menjahit baju dari proses <i>cutting</i> sampai jadi, menempatkan karyawan sesuai dengan <i>job deskripsinya</i> , mengganti peralatan yang sudah usang, serta tetap berkomitmen pada tujuan perusahaan.	Iya, pemilik terus memperbaiki sistem manajemen agar mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen, yaitu dengan selalu memperhatikan mengenai mutu produk, harga dan layanan.	Iya, pemilik terus memperbaiki sistem manajemen agar mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan meningkatkan mutu kualitas hasil produk dengan memperhatikan bahan baku dan peralatan yang digunakan.	Iya, pemilik terus memperbaiki sistem manajemen dalam hal tanggung jawab pekerjaan agar setiap karyawan mampu melakukan tugasnya masing-masing dan lebih efektif.	Iya, pemilik terus memperbaiki sistem manajemen mulai dari proses produksi batik hingga dari kain batik yang telah jadi dijahit menjadi baju, diharapkan perbaikan ini mampu menciptakan sistem manajemen yang lebih rapi agar tujuan perusahaan dapat tercapai.	Dalam hal palat dan bahan yang terus meningkatkan mutu kualitas produk dengan menggunakan bahan baku yang kualitas dan pengganti peralatan dengan alat yang lebih modern.	Iya, pemilik terus memperbaiki sistem manajemen agar dalam penetapan tanggung jawab masing-masing karyawan atau job deskripsi, diharapkan mampu mencapai target produksi dengan kualitas yang lebih baik guna pencapaian tujuan perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator pertama dalam variabel berorientasi pada masa depan menunjukkan bahwa pemilik terus memperbaiki sistem manajemen dengan cara meninjau proses produksi, struktur organisasi, alat dan bahan, harga, kualitas dan layanan. Contohnya memperbaiki alur proses produksi dari ngeblat sampai nglorod, menjahit baju dari proses cutting sampai jadi, menempatkan karyawan sesuai dengan job deskripsinya, mengganti peralatan yang sudah usang dengan yang baru, serta tetap berkomitmen pada tujuan perusahaan.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha terus memperbaiki sistem manajemen agar mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan meningkatkan mutu kualitas hasil produk dengan memperhatikan bahan baku dan peralatan yang digunakan, agar mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen, yaitu dengan selalu memperhatikan mengenai mutu produk, harga dan layanan. Serta pemilik terus memperbaiki sistem manajemen dalam penetapan tanggung jawab masing-masing karyawan atau job deskripsi, diharapkan mampu mencapai target produksi dengan kualitas yang lebih baik guna pencapaian tujuan perusahaan.

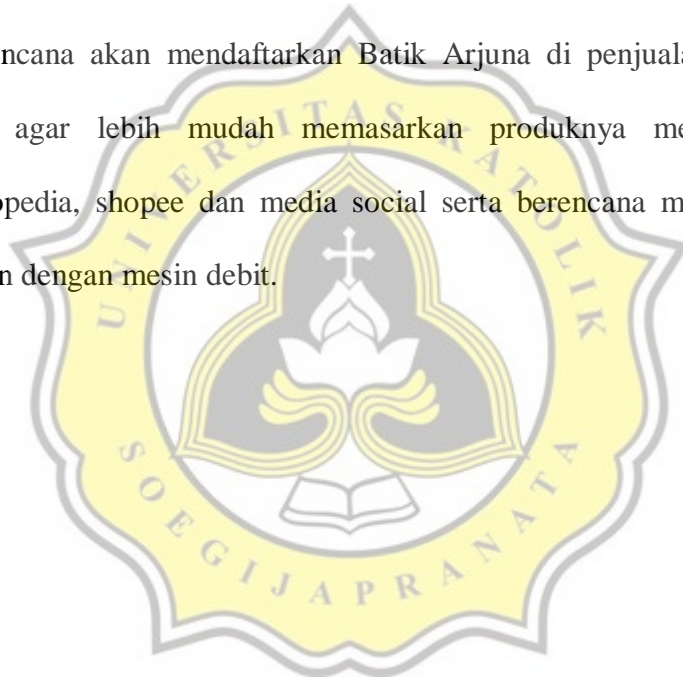
Berikut penjelasan hasil wawancara variabel berorientasi pada masa depan, indikator kedua yaitu membuat *planning* mengenai pemasaran yang akan datang dapat dilihat pada tabel 4.25.

Tabel 4. 25. Hasil Wawancara Responden Variabel Berorientasi Pada Masa Depan Indikator 2

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
b.	Membuat <i>planning</i> mengenai pemasaran yang akan datang.	Iya, saya membuat <i>planning</i> untuk masa depan, diantaranya menambah fasilitas pembayaran dengan menggunakan mesin debit, memperluas pemasaran melalui <i>e-commerce</i> seperti shopee, bukalapak, lazada, tokopedia, dll, serta pemasaran melalui media sosial.	Pemilik berencana akan mendaftarkan Batik Arjuna di penjualan online atau <i>e-commerce</i> agar lebih mudah memasarkan produknya, yaitu seperti bukalapak, lazada, tokopedia, shopee.	Pemilik berencana akan mendaftarkan Batik Arjuna di penjualan online atau <i>e-commerce</i> agar lebih mudah memasarkan produknya (bukalapak, lazada, tokopedia, shopee)	Pemilik berencana akan mendaftarkan Batik Arjuna di penjualan online atau <i>e-commerce</i> agar lebih mudah memasarkan produknya melalui bukalapak, lazada, tokopedia, shopee dan media social.	Pemilik berencana akan mendaftarkan Batik Arjuna di penjualan online atau <i>e-commerce</i> dan media sosial agar lebih mudah memasarkan produknya, serta berencana menambah fasilitas pembayaran dengan mesin debit.	Pemilik berencana akan mendaftarkan Batik Arjuna di penjualan online atau <i>e-commers</i> agar lebih mudah memasarkan produknya.	Pemilik berencana akan mendaftarkan Batik Arjuna di penjualan online atau <i>e-commers</i> agar lebih mudah memasarkan produknya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator kedua dalam variabel berorientasi pada masa depan menunjukkan bahwa pemilik membuat *planning* untuk masa depan, diantaranya menambah fasilitas pembayaran dengan menggunakan mesin debit, memperluas pemasaran melalui e-commerce seperti shopee, bukalapak, lazada, tokopedia, dll, serta pemasaran melalui media sosial.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha berencana akan mendaftarkan Batik Arjuna di penjualan online atau *e-commerce* agar lebih mudah memasarkan produknya melalui bukalapak, lazada, tokopedia, shopee dan media social serta berencana menambah fasilitas pembayaran dengan mesin debit.



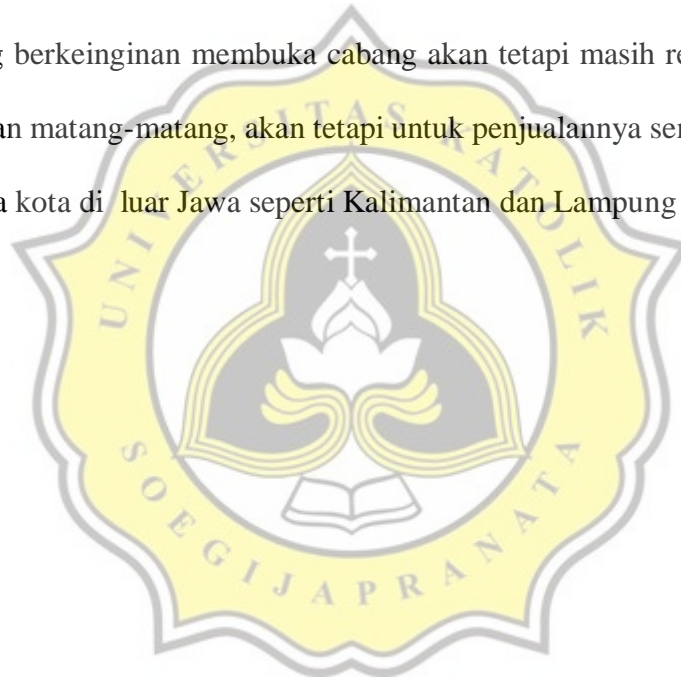
Berikut penjelasan hasil wawancara variabel berorientasi pada masa depan, indikator ketiga yaitu memiliki keinginan untuk membuka cabang di seluruh kota besar di Pulau Jawa dapat dilihat pada tabel 4.26.

Tabel 4. 26. Hasil Wawancara Responden Variabel Berorientasi Pada Masa Depan Indikator 3

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
c.	Memiliki keinginan untuk membuka cabang di seluruh kota besar di Pulau Jawa	Ya, saya berkeinginan membuka cabang di pulau Jawa akan tetapi itu masih rencana yang panjang, untuk saat ini pemasaran di kota lain sudah dilakukan di Lampung dan Kalimantan akan tetapi untuk real tokonya atau outlet memang belum ada. Tetapi memang sudah mengirimkan produk.	Iya, pemilik berkeinginan membuka cabang akan tetapi masih rencana yang harus dipersiapkan matang-matang, akan tetapi untuk penjualannya sendiri sudah sampai di beberapa kota di luar Jawa seperti Kalimantan dan Lampung.	Iya, pemilik berkeinginan membuka cabang akan tetapi masih rencana yang harus dipersiapkan matang-matang, akan tetapi untuk penjualannya sendiri sudah sampai di beberapa kota di luar Jawa seperti Kalimantan dan Lampung.	Iya, pemilik berkeinginan membuka cabang akan tetapi masih rencana, untuk penjualannya sendiri sudah sampai di luar Jawa yaitu Kalimantan dan Lampung.	Iya, pemilik berkeinginan membuka cabang akan tetapi untuk saat ini baru focus untuk penjualan di luar pulau Jawa seperti Kalimantan dan Lampung.	Iya, pemilik berkeinginan membuka cabang akan tetapi untuk saat ini baru focus untuk penjualan di luar pulau Jawa seperti Kalimantan dan Lampung.	Iya, pemilik berkeinginan membuka cabang akan tetapi masih rencana yang harus dipersiapkan, tetapi penjualannya sendiri sudah sampai di luar Jawa yaitu Kalimantan dan Lampung .

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator ketiga dalam variabel berorientasi pada masa depan menunjukkan bahwa pemilik berkeinginan membuka cabang di pulau Jawa akan tetapi itu masih rencana yang panjang, untuk saat ini pemasaran di kota lain sudah dilakukan yaitu di Lampung dan Kalimantan akan tetapi untuk real tokonya atau outlet memang belum ada. Tetapi memang sudah mengirimkan produk.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha yang berkeinginan membuka cabang akan tetapi masih rencana yang harus dipersiapkan matang-matang, akan tetapi untuk penjualannya sendiri sudah sampai di beberapa kota di luar Jawa seperti Kalimantan dan Lampung



Berikut penjelasan hasil wawancara variabel berorientasi pada masa depan, indikator keempat yaitu berkeinginan menguasai semua segmen pasar dapat dilihat pada tabel 4.27.

Tabel 4. 27. Hasil Wawancara Responden Variabel Berorientasi Pada Masa Depan Indikator 4

No	Uraian	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Karyawan 4	Karyawan 5	Karyawan 6
d.	Berkeinginan menguasai semua segmen pasar.	Ya, saya berkeinginan menguasai semua segmen pasar, entah dari kalangan menengah bawah atau menengah ke atas dengan memberikan perlakuan serta pelayanan yang maksimal terhadap produk batik tulis maupun batik cap. Segmentasi pasar tersebut dapat berupa segmentasi geografik, demografik, psikografik, dan segmentasi perilaku	Iya, pemilik berkeinginan menguasai segmen pasar, jadi diharapkan produk batik Arjuna dapat dipakai atau diterima disemua kalangan jadi ada produk batik tulis dan batik cap.	Iya, pemilik berkeinginan menguasai semua segmen pasar, sehingga segmentasi geografik dapat tercapai yaitu dengan melakukan pengenalan batik melalui social media sehingga orang dapat tahu alamat outlet dan datang langsung ke toko.	Iya, pemilik berkeinginan menguasai segmen pasar, jadi diharapkan produk batik Arjuna dapat dipakai atau diterima disemua kalangan dengan adanya harga yang bervariasi sehingga kalangan manapun dapat menggunakan produk batik Arjuna.	Iya, pemilik berkeinginan menguasai segmen pasar, produk batik arjuna tidak hanya untuk usia remaja, dewasa akan tetapi juga anak bahkan menyediakan produk kain dan bisa memesan produk custom sehingga pelanggan dapat menentukan sendiri model, corak dan warna batik.	Iya, pemilik berkeinginan menguasai segmen pasar, dengan adanya pilihan berbagai macam batik seperti batik tulis maupun batik cap, maka konsumen mampu menentukan harga yang sesuai dengan kantongnya masing-masing.	Iya, pemilik berkeinginan menguasai segmen pasar, diharapkan konsumen yang telah menggunakan produk batik Arjuna dapat melakukan pembelian ulang karena sudah mengetahui kualitas batik Arjuna.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai indikator keempat dalam variabel berorientasi pada masa depan menunjukkan bahwa pemilik berkeinginan menguasai semua segmen pasar, entah dari kalangan menengah bawah atau menengah ke atas dengan memberikan perlakuan serta pelayanan yang maksimal terhadap produk batik tulis maupun batik cap. Segmentasi pasar tersebut dapat berupa segmentasi geografik, demografik, psikografik, dan segmentasi perilaku.

Karyawan Batik Arjuna juga membenarkan bahwa bu Monic sebagai pemilik usaha merupakan orang yang berkeinginan menguasai segmen pasar, produk batik Arjuna dapat dipakai atau diterima disemua kalangan dengan adanya harga yang bervariasi sehingga kalangan manapun dapat menggunakan produk batik Arjuna yaitu batik cap maupun batik tulis. Segmentasi geografik dapat tercapai yaitu dengan melakukan pengenalan batik melalui social media sehingga orang dapat tahu alamat outlet dan datang langsung ke toko. Pemilik berkeinginan menguasai segmen pasar, produk batik Arjuna tidak hanya untuk usia remaja, dewasa akan tetapi juga anak bahkan menyediakan produk kain dan bisa memesan produk custom sehingga pelanggan dapat menentukan sendiri model, corak dan warna batik serta harga yang sesuai dengan kantongnya masing-masing. Pemilik berkeinginan menguasai segmen pasar, diharapkan konsumen yang telah menggunakan produk batik Arjuna dapat melakukan pembelian ulang karena sudah mengetahui kualitas batik Arjuna.

Berdasarkan karakteristik berorientasi pada masa mendatang seperti yang telah dibahas diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik Batik Arjuna menunjukkan bahwa pemilik terus memperbaiki sistem manajemen dengan cara meninjau proses produksi, struktur organisasi, alat dan bahan, harga, kualitas dan layanan. Contohnya memperbaiki alur proses produksi dari ngeblat sampai nglorod, menjahit baju dari proses cutting sampai jadi, menempatkan karyawan sesuai dengan job deskripsinya, mengganti peralatan yang sudah usang dengan yang baru, serta tetap berkomitmen pada tujuan perusahaan. Pemilik membuat *planning* untuk masa depan, diantaranya menambah fasilitas pembayaran dengan menggunakan mesin debit, memperluas pemasaran melalui *e-commerce* seperti shopee, bukalapak, lazada, tokopedia, dll, serta pemasaran melalui media sosial.

Pemilik berkeinginan membuka cabang di pulau Jawa akan tetapi itu masih rencana yang panjang, untuk saat ini pemasaran di kota lain sudah dilakukan yaitu di Lampung dan Kalimantan akan tetapi untuk real tokonya atau outlet memang belum ada. Tetapi memang sudah mengirimkan produk.

Berdasarkan teori Meredith variabel berorientasi pada masa depan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap pemilik dan karyawan Batik Arjuna dapat dikatakan bahwa pemilik memiliki karakteristik kewirausahaan yang ada di dalam teori Meredith. Hal ini dapat dilihat bahwa pemilik telah memenuhi indikator-indikator yang ada di dalam teori Meredith yaitu berorientasi pada masa depan dalam hal perencanaan dan berpikir kedepan untuk mengantisipasi kemungkinan terjadi di masa depan.

4.4 Pembahasan

Setelah dilakukan analisis mengenai teori Meredith terhadap pemilik usaha Batik Arjuna Semarang berdasarkan hasil wawancara oleh responden berikut pembahasan mengenai hasil pada variabel-variabel yang digunakan sebagai penelitian berdasarkan teori Meredith beserta indikatornya yaitu:

1. Variabel Percaya Diri

- a. Indikator 1 menunjukkan bahwa pemilik memiliki kepercayaan diri yang kuat terlihat bahwa sebagai seorang pemilik usaha bu Monic memiliki kepercayaan diri yang kuat dalam menjalankan usahanya. Karena beliau beranggapan bahwa kepercayaan diri merupakan modal awal bagi seorang wirausaha dalam menjalankan usaha. Beliau juga beranggapan bahwa kepercayaan diri yang dimiliki juga berasal dari produk yang dihasilkan mampu diandalkan, karena tidak hanya menawarkan produk barang jadi akan tetapi juga pelatihan membatik yang diharapkan bahwa generasi muda dapat melestarikan budaya membatik.
- b. Indikator 2 menunjukkan bahwa Bu Monic sebagai pemilik usaha mampu memotivasi diri sendiri dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor karena sudah menjadi keharusan bagi setiap pelaku usaha untuk mampu memotivasi diri agar dapat bersaing dengan kompetitor dengan selalu berfikir positif, meyakini bahwa produk yang ditawarkan berkualitas dan banyak diminati.

- c. Indikator 3 menunjukkan bahwa dalam mengambil keputusan terkadang diskusikan dengan partner kerja, tetapi sebagai owner, bu Monic tetap menjadi pihak yang mengambil kebijakan secara menyeluruh.
- d. Indikator 4 menunjukkan bahwa pemilik Batik Arjuna memiliki kemampuan, inspirasi untuk membuat produk yang akan diminati dan laku di pasar, serta telah mencintai dan belajar mengenai batik.
- e. Indikator 5 menunjukkan bahwa pemilik Batik Arjuna merupakan orang yang optimis bahwa usaha dapat berkembang dan berhasil karena dari awal berdiri hingga sekarang yakin bahwa produk batik tetap dicintai dan dicari, produk batik tulis/cap merupakan produk yang diminati dari dalam maupun luar negeri.

2. Variabel Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil

- a. Indikator 1 menunjukkan bahwa pemilik selalu menargetkan prestasi melalui membuat produk baru dan inovasi yang mampu menunjang keberhasilan usaha dan mampu dikenal oleh masyarakat seperti mengadakan bazar, pernah mengirimkan hasil produk hingga Eropa dengan proses pembuatan dan corak batik belum pernah dipasarkan di Indonesia.
- b. Indikator 2 menunjukkan bahwa pemilik Batik Arjuna selalu mempertimbangkan laba yang diperoleh agar usaha yang dijalankan dapat berkembang. Laba yang ingin dihasilkan tersebut diharapkan agar mampu memberikan kesejahteraan pula untuk karyawan serta memberikan gaji yang pantas, akan tetapi tetap mengutamakan kepuasan konsumen, selain itu juga

memberikan edukasi untuk masyarakat untuk mencintai batik produksi dalam negeri.

- c. Indikator 3 menunjukkan bahwa pemilik Batik Arjuna selalu berusaha untuk tekun dan tabah dalam menjalankan bisnis. Salah satu modal yang mampu membuat sukses sebuah usaha selain uang adalah ketekunan dalam menjalankan usaha, bagaimana mental bias bertahan, maju dan terus bergerak dalam segala kondisi termasuk dalam kondisi pandemik seperti sekarang.
- d. Indikator 4 menunjukkan bahwa pemilik Batik Arjuna selalu bertekad terhadap hal-hal yang berhubungan dengan keberhasilan usaha. Misalnya ketika saya ingin mencapai target penjualan pada periode bulan ini maka saya bertekad untuk memperkenalkan produk Batik Arjuna dengan berbagai cara agar dapat berhasil sesuai dengan *planning*.
- e. Indikator 5 menunjukkan bahwa pemilik Batik Arjuna selalu berusaha energik atau semangat untuk mencapai hasil. Jika tidak bersemangat dalam bekerja maka hasil yang akan dicapai juga tidak akan sesuai dengan keinginan atau tujuan awal. Sebagai owner harus lebih semangat agar mampu memotivasi karyawan agar tidak loyo/ patah semangat dalam bekerja.
- f. Indikator 6 menunjukkan bahwa pemilik Batik Arjuna selalu berusaha mencari inisiatif/ide untuk dijalankan, contohnya seperti sekarang di masa pandemi peluang usaha yang dapat dijalankan dengan membuat masker, maka saya memproduksi masker batik.

3. Variabel Berani Mengambil Resiko

- a. Indikator 1 menunjukkan bahwa pemilik Batik Arjuna berani mengambil resiko untuk memenuhi permintaan konsumen meskipun belum pernah membuat sebelumnya, karena akan membuat lebih berkembang, menambah pengalaman dan pengetahuan, misalnya pada saat konsumen yang ingin memesan batik yang ingin mencantumkan logo instansi dalam baju batik yang diproduksi. Pernah juga ada pesanan dari mahasiswa yang menempuh pendidikan di Italia yang memesan batik tulis di Batik Arjuna dimana konsep, warna dan corak batik sama sekali belum pernah dibuat di Batik Arjuna dan berusaha sesuai dengan pesanan.
- b. Indikator 2 menunjukkan pemilik berani mengambil pesanan meskipun waktu yang diberikan kurang dari standar yang ada, contohnya: pesanan batik yang akan dipakai sebagai seragam, yang harus jadi dalam waktu 1 minggu, padahal sebenarnya waktu yang dibutuhkan adalah hampir 2 minggu jika waktu standar pengerjaan, menyanggupi karena yakin mampu menyelesaikan pesanan sesuai waktu yang telah disepakati meskipun harus lembur dan tetap dengan kualitas yang sama/baik.
- c. Indikator 3 menunjukkan bahwa Pemilik menyukai tantangan seperti berani menerima pesanan lebih banyak dari biasanya, karena hal tersebut membuat lebih berpengalaman dan berkembang serta mampu manajemen waktu dengan lebih baik. Contohnya pernah ada pesanan batik tulis yang biasanya hanya mampu menyelesaikan 50 potong dalam waktu 3 minggu, akan tetapi konsumen pernah ada yang memesan 100 potong meskipun karyawan harus lembur.

d. Indikator 4 menunjukkan bahwa Pemilik berani menanggung kerugian akibat kesalahan pesanan/ ketidaksesuaian pesanan. Contohnya: pada saat ada pesanan dari konsumen yang salah warna meskipun ada 40 potong pemilik mengganti pesanan tersebut dengan membuat ulang sesuai dengan pesanan konsumen, sebagai bukti tanggung jawab perusahaan dan kepuasan konsumen.

4. Variabel Kepemimpinan

- a. Indikator 1 menunjukkan bahwa pemilik Batik Arjuna pemilik mampu memberi motivasi kepada karyawan untuk dengan cara memberikan reward kepada karyawan yang mampu mencapai target penjualan, karyawan teladan, membangun suasana kerja yang positif sehingga karyawan nyaman dalam bekerja, memberikan dorongan kepada karyawan untuk terus maju dan berkembang.
- b. Indikator 2 menunjukkan bahwa pemilik mengatur seluruh karyawan dengan terjun langsung ke lapangan untuk ikut serta dalam proses produksi serta mengawasi, membimbing dan mengarahkan karyawan pada saat proses produksi agar mampu menjalankan tugas dengan benar. Contohnya: mengatur dan mengarahkan bagaimana cara membatik tulis, membatik cat, pencampuran warna, mengecek jahitan, dll.
- c. Indikator 3 menunjukkan bahwa pemilik mampu menyelesaikan konflik yang muncul terkait usaha, karena setiap usaha pasti akan ada konflik atau masalah yang akan muncul tetapi pemilik dapat menyelesaikannya, biasanya

mengenai pesanan yang *deadline* /waktunya mepet, kualitas corak dan desain batik, komplain warna, jahitan.

- d. Indikator 4 menunjukkan bahwa pemilik terbuka terhadap kritik dan saran, terkadang pemilik yang meminta masukan dari karyawan guna untuk kemajuan usaha, meliputi cara pemasaran produk, desain, corak dan warna batik atau produk apa yang sedang laku seperti masa sekarang masker. Bahkan ketika terjadi kesalahan produksi biasanya pemilik meminta kritik dan saran dari karyawan agar menemukan penyelesaian yang terbaik.

5. Variabel Keorisinilan

- a. Indikator 1 menunjukkan bahwa pemilik Batik Arjuna inovatif menghasilkan produk yang khas di Batik Arjuna yaitu motif kontemporer. Pemilik menyukai motif batik klasik, akan tetapi tetap menggunakan motif-motif batik Semarang agar tetap mudah diingat oleh konsumen bahwa Batik Arjuna merupakan batik yang berasal dari Semarang.
- b. Indikator 2 menunjukkan bahwa pemilik mampu menyerap gagasan baru untuk diwujudkan produk yaitu saat ini sedang menunggu proses pembuatan *ecoprint* yang akan digabungkan dengan batik tulis, yang selama ini ada hanya *ecoprint* murni, selain itu juga mengkolaborasikan desain dari berbagai daerah.
- c. Indikator 3 menunjukkan bahwa pemilik merupakan pribadi yang fleksibel /orang yang mudah beradaptasi terhadap perkembangan, Batik Arjuna tidak hanya memproduksi batik tulis saja akan tetapi juga batik cap. Contohnya sekarang yang sedang laku di pasaran akan berusaha memenuhi permintaan

pasar dengan tetap menjaga kualitas, inovasi keorisinilan dan khas Batik Arjuna seperti permintaan masker.

6. Variabel Berorientasi Pada Masa Depan

- a. Indikator 1 menunjukkan bahwa pemilik terus memperbaiki sistem manajemen dengan cara meninjau proses produksi, struktur organisasi, alat dan bahan, harga, kualitas dan layanan. Contohnya memperbaiki alur proses produksi dari ngeblat sampai nglorod, menjahit baju dari proses cutting sampai jadi, menempatkan karyawan sesuai dengan job deskripsinya, mengganti peralatan yang sudah usang dengan yang baru, serta tetap berkomitmen pada tujuan perusahaan.
- b. Indikator 2 menunjukkan bahwa pemilik membuat *planning* untuk masa depan, diantaranya menambah fasilitas pembayaran dengan menggunakan mesin debit, memperluas pemasaran melalui *e-commerce* seperti shopee, bukalapak, lazada, tokopedia, dll, serta pemasaran melalui media sosial.
- c. Indikator 3 menunjukkan bahwa pemilik berkeinginan membuka cabang di pulau Jawa akan tetapi itu masih rencana yang panjang, untuk saat ini pemasaran di kota lain sudah dilakukan yaitu di Lampung dan Kalimantan akan tetapi untuk real tokonya atau outlet memang belum ada. Tetapi memang sudah mengirimkan produk.
- d. Indikator 4 menunjukkan bahwa pemilik berkeinginan menguasai semua segmen pasar, entah dari kalangan menengah bawah atau menengah ke atas dengan memberikan perlakuan serta pelayanan yang maksimal terhadap

produk batik tulis maupun batik cap. Segmentasi pasar tersebut dapat berupa segmentasi geografik, demografik, psikografik, dan segmentasi perilaku.

Uraian hasil analisis di atas menunjukkan bahwa terdapat variabel yang dipersepsikan baik oleh responden yaitu variabel keorisinilan dan variabel yang kurang baik yaitu variabel berorientasi pada masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik Batik Arjuna mampu menciptakan produk yang berkualitas, inovatif, kreatif, mampu menyerap gagasan baru dan pribadi yang fleksibel. Akan tetapi lambat dalam perencanaan/ berorientasi pada masa depan atau *planning* ke depan. Hal ini ditunjukkan pada lambatnya penjualan melalui *e-commerce* yang seharusnya pada masa sekarang sudah sangat digunakan oleh para seller atau pelaku usaha. Apabila penjualan melalui *e-commerce* sudah dijalankan, pemilik Batik Arjuna dapat memikirkan *planning* ke depan yang jauh lebih baik pada peningkatan penjualan.

