

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan ekonomi yang pesat, menciptakan persaingan sekaligus peluang bagi para pelaku bisnis. Permintaan konsumen akan produk yang semakin beragam, mengharuskan pelaku usaha untuk dapat mengimbangi dengan inovasi-inovasi. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan dan mengembangkan eksistensi dari usaha tersebut. Alur dagang yang secara sederhana digambarkan sebagai pergerakan barang dari produsen ke konsumen, pada proses nyata di lapangan lebih panjang dan kompleks. Sering kali konsumen tidak dapat mengakses barang kebutuhan langsung dari produsen, salah satunya disebabkan oleh jarak antara produsen dan konsumen yang tidak dapat diakses langsung oleh konsumen. Selain itu banyak produsen barang yang tidak menggunakan sistem jual langsung pada konsumen akhir, hal ini sering terjadi pada produsen barang berskala besar dan barang industri. Hal ini membuat usaha distribusi mempunyai peluang besar dalam penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Usaha distribusi dapat mencakup berbagai sektor, dari distribusi barang konsumsi hingga barang industri. Meningkatnya usaha distribusi juga disebabkan karena sebagai distributor, pelaku usaha tidak diharuskan untuk memikirkan produksi barang. Distributor hanya perlu fokus terhadap pemasaran barang, dan akan mendapat keuntungan dari barang yang dipasarkan atau didistribusikan. Hal lain yang membuat usaha distribusi ini banyak berkembang karena pelaku usaha sebagai distributor tidak perlu menanggung biaya produksi barang dan hanya berfokus kepada *margin* penjualan. Dapat dikatakan bahwa sebagai seorang distributor akan menanggung resiko yang lebih kecil dibandingkan sebagai produsen barang.

Salah satu jenis usaha distribusi yang mempunyai tingkat persaingan ketat adalah usaha distribusi genteng. Rumah sebagai salah satu kebutuhan pokok dasar manusia, merupakan salah satu hal yang mendasari bisnis distribusi genteng. Dikatakan bahwa usaha distribusi genteng tidak akan kehilangan konsumen. Peningkatan permintaan akan pembangunan rumah akan sejalan dengan peningkatan permintaan bahan dasar, salah satunya adalah genteng. Perkembangan genteng dalam beberapa tahun terakhir juga mengalami peningkatan pesat, sebagai contoh yaitu jenis genteng. Beberapa tahun terakhir muncul jenis genteng seperti genteng metal. Hal tersebut disebabkan oleh permintaan pasar yang semakin kompleks dan selalu haus akan inovasi. Untuk mengimbangi jenis produk yang semakin

beragam, para pelaku bisnis harus lebih kreatif dalam menciptakan gebrakan baru dalam strategi usahanya.

Sebagai salah satu usaha distribusi barang industri, usaha distribusi genteng akan cenderung meningkat. Hal ini sejalan dengan pembangunan yang terus ada, menyebabkan permintaan genteng juga terus ada, karena genteng adalah salah satu bahan pokok dalam bangunan. Di area kota Salatiga tidak terdapat produsen genteng, oleh sebab itu pedagang genteng di Salatiga mengambil barang dari produsen di luar daerah. Jika dilihat dari uraian tersebut alur distribusi yang ada di Salatiga yaitu produsen ke pedagang distribusi ke konsumen. Semakin panjangnya jalur distribusi yang digunakan akan berdampak pada harga produk yang semakin tinggi. Hal ini tidak akan menjadi masalah untuk pedagang distribusi genteng di Salatiga, karena jika dilihat dari segi harga, konsumen akan lebih diuntungkan untuk mengambil genteng dari kota Salatiga dibandingkan dengan mengambil produk dari luar daerah yang tentunya memiliki harga lebih tinggi karena ongkos pengiriman.

Di Salatiga banyak proyek pembangunan seperti perumahan dan renovasi-renovasi bangunan. Hal ini akan berdampak pada *demand* dan potensi pasar yang akan meningkat. Banyak daerah-daerah baru yang sedang dibangun seperti daerah kos di area universitas seperti UKSW dan STAIN. Banyak juga bermunculan perumahan-perumahan baru di Salatiga. Di Salatiga kurang lebih terdapat 11 usaha distribusi genteng. Melihat perbandingan potensi pasar dan jumlah distributor, masih sangat mungkin jika akan muncul pedagang distributor baru.

Dari sudut pandang bisnis, selain inovasi produk dan strategi usaha yang harus dimiliki oleh usaha distribusi, usaha distribusi juga memegang peran penting. Menjelaskan bahwa saluran distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai kepada pemakai (Nitisemito, 2011). Aliran distribusi harus dikontrol oleh usaha distribusi agar barang dapat tersebar merata pada seluruh wilayah pemasaran, yang akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang tersebut.

Suhardi Sigit dalam Sunyoto (2013:175) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam penentuan dan pemilihan saluran distribusi, yaitu produk, luasnya pasar, dan *market survey*. Selain ketiga hal di atas, (Swastha, & Irawan, 2008) menjelaskan lebih lanjut bahwa penentuan saluran distribusi juga harus mempertimbangkan kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor lain. Dijelaskan oleh Oky Ardiyanta (2013), bahwa volume penjualan adalah sejumlah komoditas yang terjual dalam periode waktu tertentu yang merupakan salah satu faktor

penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih. Hal ini dikarenakan besarnya volume penjualan akan sangat mempengaruhi laba yang tinggi di suatu perusahaan. Dijelaskan oleh Perren (2000) bahwa kesuksesan berhubungan dengan pertumbuhan atau profitabilitas. Pada dasarnya setiap usaha bertujuan untuk menghasilkan pendapatan atau keuntungan. Masing-masing usaha akan menetapkan target pendapatan yang harus dicapai dalam kurun waktu tertentu. Jika usaha tersebut dapat mencapai target dari keuntungan yang sudah ditetapkan, dapat dikatakan jika usaha tersebut sudah berhasil. Menurut (Kimberley, 2009) menjelaskan *growth* sebagai pertumbuhan produksi barang atau jasa pada periode waktu tertentu. *Growth* pada sebuah usaha dapat dihubungkan dengan kenaikan pendapatan usaha, yang akan berpengaruh kepada modal dan sumber daya. Mengacu pada konsep *growth* ini berarti salah satu tujuan setiap usaha adalah menciptakan *growth* usaha yang positif. Meningkatnya *growth* secara positif juga berarti meningkatnya usaha secara positif.

Karakteristik wirausahawan diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan ciri khas, watak, sikap, perilaku yang dimiliki seorang wirausaha untuk menjalankan suatu usaha. Karakteristik wirausaha sangat penting untuk dimiliki oleh setiap pelaku usaha karena akan berpengaruh kepada keberhasilan usahanya. Semakin baik karakteristik wirausaha seorang pelaku usaha akan memberikan dampak yang positif pada usahanya.

Menurut penjelasan di atas dapat dilihat bahwa pentingnya saluran distribusi pada usaha distribusi, dan kontrol terhadap faktor-faktor distribusi memegang peran penting pada keberhasilan sebuah usaha distribusi. Dalam penelitian ini penulis akan membatasi faktor-faktor ukur keberhasilan dari tiga aspek, yaitu volume penjualan, profit, dan *growth*. Selanjutnya penulis akan menganalisis karakteristik kewirausahaan yang dominan pada usaha-usaha yang berhasil tersebut.

## **Penelitian Terdahulu**

Oky (2013) meneliti mengenai strategi distribusi, dalam penelitiannya dijelaskan pentingnya memilih saluran distribusi yang tepat pada sebuah usaha. Dalam usaha distribusi juga disebutkan adanya masalah-masalah yang berpengaruh pada usaha distribusi diantaranya jumlah mitra kerja, analisis mengenai kebutuhan pasar, dan kontrol terhadap saluran distribusi. Hal-hal tersebut berpengaruh pada volume penjualan akhir.

(Nurissulawati, & Subagyo, 2016) meneliti mengenai penentuan saluran distribusi, menjelaskan mengenai pentingnya penentuan saluran distribusi yang harus dipakai oleh sebuah perusahaan. Hal ini mencakup kepada saluran distribusi yang dipilih dan strategi

distribusi. Pemilihan ini akan berdampak pada eksklusifitas merk produk. Selain itu, sebuah usaha harus mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki oleh usahanya, dan kesesuaian terhadap tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh sebuah usaha.

Zantermans Rajagukguk (2016) meneliti mengenai hubungan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha, menjelaskan bahwa pentingnya semangat kewirausahaan yang dilihat dari karakteristiknya mempunyai andil penting dalam perkembangan usaha. Salah satu hal yang disoroti adalah inovasi, kreatifitas dan kemampuan untuk pemecahan masalah, selain itu kemampuan untuk melihat peluang usaha juga menjadi faktor penting pada karakteristik wirausahawan. Hal ini dibutuhkan untuk mengimbangi perkembangan dunia usaha yang semakin beragam.

### **Permasalahan**

Dalam usaha distribusi, banyak faktor yang mempengaruhi dan menentukan keberhasilan usaha. Salah satu diantaranya adalah saluran distribusi yang dipilih oleh sebuah usaha. Pemilihan saluran distribusi yang tepat, akan berdampak pada distribusi barang ke konsumen dan harga barang. Selain itu, perlu diperhatikan bahwa selain pemilihan saluran distribusi keberhasilan usaha juga harus diukur melalui faktor-faktor tertentu. Dari uraian di atas dapat dirumuskan masalah penelitian skripsi ini, yaitu

1. Bagaimana karakteristik wirausaha distribusi genteng di Salatiga ?
2. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha distribusi genteng ?
3. Bagaimana kaitan antara faktor-faktor dan karakteristik wirausaha distribusi terhadap keberhasilan usaha distribusi genteng di Salatiga?

### **Tujuan Penelitian**

1. Menjelaskan karakteristik wirausaha distribusi genteng di Salatiga.
2. Menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha distribusi genteng.
3. Menjelaskan kaitan antara faktor-faktor dan karakteristik wirausaha distribusi terhadap keberhasilan usaha distribusi genteng di Salatiga.

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

#### **Kewirausahaan**

Banyak ahli mendefinisikan kewirausahaan dari beberapa sudut pandang yang berbeda. *Entrepreneur* adalah suatu kemampuan (*ability*) dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif Suryana (2003) sebagai dasar mengelola sumber daya dalam rangka menghadapi tantangan zaman. Wirausahawan juga bisa diartikan orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya Drucker (1994) serta mengubah sesuatu yang kurang produktif menjadi lebih produktif Widodo (2005). Ini artinya bahwa ciri utama yang pertama seorang wirausahawan adalah kemampuannya mengembangkan kreatifitas dan inovasi dalam menjalankan usaha.

Dalam sudut pandang yang berbeda kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai kemampuan menangkap peluang (Scarborough, & Zimmerer, 1993) dan mencocokkan peluang tersebut dengan sumber daya yang dimiliki, serta merealisasikan peluang tersebut dengan memanfaatkan dan mengoptimalkan sumber daya perusahaan, sehingga terwujud satu usaha yang nyata. Berdasar pengertian tersebut dapat dimaknai bahwa ciri wirausahawan yang kedua adalah kemampuan menangkap peluang dan mewujudkan peluang tersebut menjadi satu usaha baru.

Scarborough, Zimmerer, Steinhoff, & Burges (1993) menjelaskan wirausaha sebagai kemampuan menghadapi resiko dan ketidakpastian dalam menciptakan usaha baru, mengorganisasikan, dan mengelola usaha tersebut. Kalau dua pandangan sebelumnya menyebutkan bahwa seorang wirausaha memiliki jiwa kreatif, inovatif, dan mampu menangkap peluang, maka pandangan yang ketiga ini menyebutkan bahwa seorang wirausaha pasti berani mengambil resiko. Keberanian mengambil resiko ini adalah upaya untuk mewujudkan peluang dengan memperhitungkan semua potensi dan sumber daya yang dimiliki.

#### **Distribusi**

Setiap usaha untuk mencapai tujuan atau sasaran sebuah perusahaan dalam bidang *marketing* (pemasaran), sebuah usaha akan melakukan kegiatan penyaluran produk yang

berupa barang atau jasa. Kegiatan penyaluran produk barang atau jasa tersebut bertujuan untuk menyampaikan produk dari produsen ke konsumen. Menurut KBBI, distribusi adalah penyaluran (pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau ke beberapa tempat.

Lebih lanjut dijelaskan oleh para ahli, Winardi (1989) mendefinisikan distribusi sebagai sekumpulan perantara yang terhubung erat antara satu dengan yang lainnya dalam kegiatan penyaluran produk-produk kepada konsumen (pembeli). Philip Kotler (1997) menjelaskan distribusi sebagai sekumpulan organisasi yang membuat sebuah proses kegiatan penyaluran suatu barang atau jasa siap untuk dipakai atau dikonsumsi oleh para konsumen (pembeli). Secara garis besar fokus distribusi adalah penyaluran barang atau jasa, yang dilakukan oleh sekelompok orang (produsen) kepada para pembeli (konsumen)

### **Saluran distribusi**

Stanton (2012) menjelaskan mengenai pembagian saluran distribusi menurut jenis dan segmen produk kedalam tiga kelompok yaitu distribusi barang konsumsi, barang industri, dan jasa.

#### **a. Saluran distribusi barang konsumsi**

Penjualan barang konsumsi ditujukan untuk pasar konsumen, dimana umumnya dijual melalui perantara. Hal ini dimaksudkan untuk menekan biaya pencapaian pasar yang luas menyebar yang tidak mungkin dicapai produsen satu persatu. Pada distribusi barang konsumsi terdapat lima saluran, yaitu:

1. Produsen – konsumen
2. Produsen – pengecer – konsumen
3. Produsen - Pedagang Besar - Pengecer - Konsumen
4. Produsen - Agen - Pengecer - Konsumen
5. Produsen - Agen - Pedagang Besar - Pengecer - Konsumen

#### **b. Saluran distribusi barang industri**

Saluran distribusi barang industri juga mempunyai kemungkinan atau kesempatan yang sama bagi setiap produsen untuk menggunakan kantor/cabang penjualan. Kantor atau cabang ini digunakan untuk mencapai lembaga distribusi berikutnya. Pada distribusi barang industri terdapat empat saluran, yaitu :

1. Produsen - Pemakai Industri
2. Produsen - Distributor Industri - Pemakai Industri

3. Produsen - Agen - Pemakai Industri
4. Produsen - Agen - Distributor Industri - Pemakai Industri

**c. Saluran distribusi jasa**

Terdapat dua jenis saluran pada distribusi jasa, yaitu:

1. Produsen - konsumen
2. Produsen – agen – konsumen

Gitusudarmo (2012) mengelompokkan saluran distribusi kedalam tiga kelompok, yaitu :

**a. Saluran distribusi intensif**

Distribusi di mana barang yang dipasarkan itu diusahakan agar dapat menyebar seluas mungkin hingga dapat secara intensif menjangkau semua lokasi dimana calon konsumen berada.

**b. Saluran distribusi selektif**

Distribusi di mana barang- barang hanya disalurkan oleh beberapa penyalur saja yang terpilih atau selektif.

**c. Saluran distribusi eksklusif**

Bentuk penyaluran yang hanya menggunakan penyalur yang sangat terbatas jumlahnya bahkan pada umumnya hanya ada satu penyalur tunggal untuk satu daerah tertentu.

Dijelaskan oleh sigit dalam (Sunyoto, 2013) dalam menentukan saluran distribusi yang akan digunakan oleh suatu usaha harus mempertimbangkan tiga hal yaitu analisis produk yang akan dipasarkan, luas pasar, dan pesaing

**Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi**

Menurut Nickels, (2008) faktor- faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi adalah sebagai berikut :

**1. Pertimbangan Pasar**

a. Konsumen atau pasar industri

Komponen ini berpengaruh pada jumlah saluran yang digunakan, jika sebuah usaha distribusi menargetkan konsumen *end user* maka dibutuhkan saluran yang lebih banyak.

b. Jumlah pembeli potensial

Dalam hal ini menentukan apakah sebuah usaha (produsen) akan melakukan penjualan langsung (ke konsumen) atau melalui pihak perantara

c. Konsentrasi pasar secara geografis

Komponen ini melihat aspek geografis pasar

d. Jumlah pesanan

Jumlah permintaan dari konsumen akan menentukan jumlah saluran yang akan dipakai oleh sebuah usaha distribusi. Jika barang yang akan didistribusikan mempunyai permintaan pasar yang tinggi, sebuah usaha distribusi akan menggunakan pihak perantara.

e. Kebiasaan dalam membeli

Kebiasaan konsumen juga menjadi salah satu faktor pertimbangan pemilihan saluran oleh sebuah usaha. Kebiasaan konsumen ini meliputi kebiasaan konsumtif, ketertarikan konsumen, dan ketertarikan pada pelayanan penjual.

## 2. Pertimbangan barang

a. Nilai unit

Harga barang merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan saluran industri. Jika harga barang relatif rendah produsen dapat memilih saluran distribusi yang panjang (produsen-distributor-konsumen), sedangkan jika harga barang relatif tinggi maka produsen lebih cenderung menggunakan saluran distribusi pendek (produsen-konsumen)

b. Besar dan berat barang

Besar dan berat barang juga menjadi pertimbangan dalam pemilihan saluran distribusi. Jika barang memiliki dimensi yang besar dan atau berat, produsen cenderung memilih saluran distribusi pendek. Hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya pemindahan barang dan tenaga pemindah.

c. Ketahanan barang

Produsen lebih memilih saluran distribusi pendek untuk barang yang rentan akan kerusakan.

d. Sifat teknis



Beberapa jenis barang membutuhkan penanganan khusus dalam penggunaan dan pemeliharaan. Untuk melakukan hal ini dibutuhkan pihak yang mahir dalam hal produk. Dalam hal ini produsen akan cenderung menggunakan distribusi pendek, dimana pihak produsen akan secara langsung memberikan penjelasan kepada konsumen.

### **3. Pertimbangan perusahaan**

#### **a. Sumber pembelanjaan**

Kondisi keuangan sebuah perusahaan dimana setiap dana yang akan dikeluarkan pada operasional distribusi juga menjadi pertimbangan dalam pemilihan saluran. Perusahaan dengan kondisi keuangan yang kuat akan cenderung menggunakan saluran distribusi yang lebih panjang.

#### **b. Pengalaman dan kemampuan manajemen**

Setiap perusahaan mempunyai pengalaman dan manajemen yang berbeda. Perusahaan dengan sistem manajemen yang lebih kuat dan stabil cenderung menggunakan pihak perantara dibandingkan dengan perusahaan baru. Hal ini dikarenakan perusahaan yang sudah kuat dan stabil lebih mampu menganalisis sistem dan resiko yang ada pada pihak perantara.

#### **c. Pengawas saluran**

Kemampuan sebuah usaha dalam melakukan kontrol atas salurannya juga menjadi pertimbangan. Semakin panjang saluran distribusi, membutuhkan kontrol yang lebih banyak.

### **4. Pertimbangan perantara**

#### **a. Pelayanan yang diberikan oleh perantara**

Selain mempertimbangkan dari sudut pandang produsen, sebuah saluran distribusi yang dipilih juga harus mempertimbangkan kemampuan pihak perantara. Jika sebuah pihak perantara menawarkan pelayanan yang memberikan keuntungan kepada produsen, produsen cenderung menggunakan pihak perantara.

#### **b. Kegunaan perantara**

Tidak hanya fasilitas yang ditawarkan, urgensi atau fungsi dari perantara juga harus menjadi pertimbangan. Seberapa besar kegunaan pihak perantara dalam saluran distribusi dapat dijadikan salah satu aspek untuk memilih saluran distribusi yang tepat.

#### **d. Ongkos**

Menggunakan pihak perantara, akan memberikan biaya tambahan dalam distribusi yang menyebabkan harga barang menjadi lebih tinggi.

## **Pedagang Distribusi**

Menurut Fuad (2006) dalam usaha untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen dan konsumen, maka faktor penting yang tidak boleh diabaikan adalah memilih secara tepat saluran distribusi (*channel of distributon*). Keputusan perusahaan tentang distribusi menentukan bagaimana cara produk yang dibuatnya dapat dijangkau oleh konsumen. Perusahaan mengembangkan strategi untuk memastikan bahwa produk yang didistribusikan kepada pelanggan berada pada tempat yang tepat. Selain itu Swastha (2000) Distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. Sikap seorang produsen dalam suatu perusahaan terhadap hasil produksinya tidak hanya terbatas dalam melepaskan barang dari gudangnya, melainkan harus memperhatikan sejak dari gudang hingga ke konsumen akhir. Perusahaan harus pandai-pandai melihat peluang yang ada untuk mendistribusikan produknya, tidak hanya pasar lokal atau nasional tetapi juga internasional. Mengingat luasnya daerah pemasaran dan sasaran penjualan yang dituju oleh perusahaan maka dibutuhkan saluran distribusi yang baik dan tentunya memadai Ardiyanta (2013).

Raya (2008) Distribusi merupakan suatu hal yang paling penting dalam suatu kegiatan pemasaran karena apabila produk yang di hasilkan mempunyai kualitas yang baik, harga yang cukup bersaing, promosi yang mendukung tetapi distribusinya macet, maka produk tersebut tidak akan sampai ke tangan konsumen yang tentunya mempunyai dampak yang buruk bagi perusahaan, dalam hal ini perusahaan akan mengalami kerugian baik kerugian dalam bentuk materi maupun citranya dimata konsumen.

### **Karakteristik wirausaha pedagang distribusi**

Karakteristik wirausahawan adalah individu yang berorientasi kepada tindakan, dan bermotivasi tinggi yang mengambil sikap dalam mengejar tujuannya. Ciri dan sifat wirausahawan Meredith (1996) :

#### **1. Percaya diri**

Salah satu sifat wirusaha percaya diri didefinisikan sebagai seorang yang yakin akan kemampuan diri atas kemampuan dalam menjalankan usaha. Keyakinan dalam mengambil keputusan dan keyakinan untuk memberi perubahan pada diri sendiri.

Selain itu karakteristik percaya diri juga ditunjukkan melalui sikap optimis dalam melihat diri sebagai pemimpin bagi dirinya.

2. **Berorientasi tugas dan hasil**

Karakteristik ini ditunjukkan melalui sikap yang selalu berfokus pada kewajiban dan hasil dalam usaha yang dikelola. Hasil dan tugas merupakan faktor utama yang harus dijalankan dan diselesaikan.

3. **Pengambilan resiko.**

Resiko dan usaha merupakan sebuah paket yang tidak dapat dipisahkan. Sebagai seorang wirusaha keputusan untuk mengambil resiko merupakan hal yang wajib dimiliki. Pengambilan keputusan yang berdampak menciptakan resiko besar atau kecil harus dianalisis dan diperhitungkan terlebih dahulu. Karakter ini berfokus pada kemampuan dalam memperhitungkan resiko, keberanian mengambil keputusan, dan mempunyai strategi dalam menyiasatinya. Hal ini didasarkan karena untuk mewujudkan hasil yang besar, harus melalui resiko yang besar.

4. **Kepemimpinan**

Karakteristik ini ditunjukkan melalui kemampuan seorang pelaku usaha dalam mempengaruhi anggota kelompok dalam menyampaikan ide atau gagasan untuk tercapainya tujuan.

5. **Keorisinilan**

Karakter ini ditunjukkan melalui kemampuan dalam menghasilkan ide dan inovasi untuk mengembangkan usaha. Kemampuan ini tidak hanya bagi diri sendiri, tetapi juga bagi seluruh anggota kelompok.

6. **Orientasi masa depan.**

Seorang wirausaha harus dapat memiliki pandangan dan proyeksi terhadap usaha di masa yang akan datang. Hal ini harus didasari pada sikap untuk melihat visi yang jauh kedepan, dan pola pikir visioner. Hal ini diperlukan untuk menentukan arah usaha di masa mendatang dan untuk mengantisipasi kemungkinan yang akan terjadi.

### **Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pedagang distribusi**

Banyak hal yang mempengaruhi keberhasilan dalam usaha dagang, begitu juga pedagang distribusi. Ada beberapa faktor yang dinilai berpengaruh pada keberhasilan pedagang distribusi, yang pertama adalah modal. Amirullah (2005) mengatakan uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan, sehingga bisnis dapat dijalankan secara lancar. Selain itu

lokasi juga dianggap penting dalam penentu sebuah keberhasilan usaha. Buchari Alma (2003) menyebutkan bahwa memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha di masa yang akan datang. Faktor yang juga menentukan keberhasilan adalah promosi. penting bagi seorang pelaku usaha untuk menciptakan brand awarness pada para konsumen. Hal ini tidak akan dapat terjadi apabila seorang pelaku usaha tidak mempromosikan barang dagangannya. Selain untuk mengundang minat konsumen untuk membeli produk, promosi juga dapat meningkatkan penjualan karena akan meningkatkan ketertarikan konsumen. Faktor lain yang juga mempengaruhi keberhasilan adalah harga. Harga barang sangat berkaitan erat pada volume penjualan. Semakin tinggi volume penjualan akan menghasilkan keuntungan yang besar, dan hal tersebut tidak akan dapat tercapai jika harga barang yang ditawarkan tidak dapat bersaing. Oleh sebab itu harga sangat penting untuk selalu dipantau dan disesuaikan, agar harga yang ditetapkan memiliki daya saing. Hal ini sangat penting dilakukan terutama pada usaha yang memiliki tingkat persaingan yang sangat ketat. Kotler (2016) menyebutkan bahwa kualitas produk berkaitan dengan keunggulan kompetitif dalam pasar. Kualitas produk dapat dijadikan tolak ukur oleh seorang produsen untuk menilai demand konsumen. Kualitas produk akan membedakan usaha seorang pelaku usaha dan pesaingnya.

#### **A. Modal**

Modal merupakan hal yang utama dalam menjalankan suatu usaha, termasuk berdagang. Modal adalah semua bentuk kekayaan yang digunakan dalam proses produksi atau menghasilkan output. Modal merupakan kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan pada waktu yang akan datang Modal yang digunakan dapat bersumber dari modal sendiri, namun bila ternyata modal sendiri tidak mencukupi dapat ditambah dengan modal pinjaman. Jadi, secara umum jenis modal yang dapat diperoleh untuk memenuhi kebutuhannya terdiri atas modal sendiri dan modal pinjaman. Suyadi Prawirosentono dalam (Isni Atun, 2016)

Para ekonomi menggunakan istilah modal atau *capital* untuk mengacu pada stok berbagai peralatan dan struktur yang digunakan dalam proses produksi, artinya, modal ekonomi mencerminkan akumulasi barang yang dihasilkan di masa lalu yang sedang digunakan pada saat ini untuk memproduksi barang dan jasa yang baru. Modal ini antara lain peralatan, mesin, angkutan, gedung dan bahan baku Gregory N. Mankiw dalam (Isni atun, 2016)

## **B. Lokasi**

Bedasarkan Teori Lokasi Pendekatan Pasar Losch, August Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari pasar, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatang tempat penjualan semakin mahal Tarigan dalam (Isni Atun, 2016).

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki aloksi geografis dari sumber-sumber yang langka, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap lokasi berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Lokasi berbagai kegiatan seperti rumah tangga, pertokoan, pabrik, pertanian, pertambangan, sekolah, dan tempat ibadah tidaklah asal saja/acak berada dilokasi tersebut, melainkan menunjukkan pola dan susunan (mekanisme) yang dapat diselidiki dan dapat dimengerti Tarigan dalam (Isni Atun, 2016).

## **C. Promosi**

Menurut Simamora (2004) “Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), atau mengingatkan orang orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu maupun rumah tangga”. Promosi merupakan salah satu cara perusahaan melakukan komunikasi melalui pesan-pesan yang didesain untuk menstimulasi terjadinya kesadaran (*awareness*), ketertarikan (*interest*), dan berakhir dengan tindakan pembelian (*purchase*) yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan. Perusahaan biasanya menggunakan iklan, promosi penjualan, pengerahan tenaga-tenaga penjualan, dan *public relations* sebagai alat penyampaian pesan pesan tersebut dengan tujuan untuk dapat menarik perhatian dan minat masyarakat Kotler (2007)

Tujuan promosi secara sederhana menurut (Kuncoro, 2009) terbagi menjadi tiga jenis yaitu, memberikan informasi pelanggan tentang produk atau fitur baru seperti menciptakan kebutuhan, mempengaruhi pelanggan untuk membeli merek dan mengingatkan pelanggan tentang merek yang termasuk memperkuat penetapan ancangan merek. Pada dasarnya, tujuan promosi mengandung tiga unsur yakni memberikan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan kepada pelanggannya tentang perusahaan dan produk yang ditawarkan

#### **D. Harga**

Penerapan harga bertujuan untuk mencapai memperoleh keuntungan, penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitas. Menurut Basu swastha (2003) “Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual. Penetapan harga jual harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang dituju dan dengan mempertimbangkan faktor biaya, laba, pesaing, dan perubahan keinginan pasar. Menurut Fandy Tjiptono, (2008) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Menurut (Kotler dan Keller) yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran Penerapan harga bertujuan untuk mencapai atau memperoleh keuntungan, penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitas.

#### **E. Kualitas produk**

Simamora (2007) mengemukakan bahwa kualitas adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsi-fungsinya. Sedangkan menurut Tjiptono (2008), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Menurut (Kotler, & Amstrong, 2012), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsiya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **Desain Penelitian**

Penelitian ini akan mencari kaitan antara faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang distribusi dan karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha. Untuk mendapat data yang akan dianalisis dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, hal ini bertujuan untuk mendapatkan jawaban dan gambaran yang lebih mendalam dan mendetail dari masalah yang akan diteliti.

Pendekatan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pendekatan ini akan memberikan gambaran yang mendetail mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang distribusi dan karakteristik wirausaha dari sudut pandang pelaku usaha.

#### **Objek dan Subjek Penelitian**

Objek pada penelitian skripsi ini adalah 5 usaha distribusi genteng yang berada di kota Salatiga. Dan subjek penelitian pada skripsi ini adalah kaitan antara faktor-faktor usaha distribusi dan karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha.

#### **Jenis dan Sumber Data**

Pada penelitian ini penulis akan menggunakan data kualitatif yang dijelaskan dalam kalimat dan uraian.

Berdasarkan sumber data, data pada penelitian ini adalah :

- a. Data primer yaitu data yang didapat langsung dari informan atau pemilik usaha distribusi genteng di Salatiga yang diwawancarai. dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan oleh penulis. Pertanyaan yang telah disusun oleh penulis memuat indikator-indikator yang sesuai dengan penelitian. Data yang diperoleh berupa catatan tertulis yang dilengkapi oleh rekaman dari *handphone*.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh untuk menunjang data primer. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah hasil dokumentasi yang diambil oleh penulis untuk memperkuat hasil wawancara. Data sekunder pada penelitian ini berupa hasil foto pada lokasi usaha yang diambil oleh penulis.

## Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dilakukan untuk mendapat data yang akan digunakan dan dianalisis pada penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah :

a. *Interview* (wawancara)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada responden yang dipilih. Pada penelitian ini wawancara akan dilakukan kepada pelaku usaha (pemilik usaha) distribusi genteng di Salatiga. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam yaitu wawancara tanya jawab yang dilakukan secara tatap muka kepada informan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode wawancara terstruktur yaitu wawancara dengan daftar pertanyaan yang telah disiapkan oleh penulis sebelum dilakukan wawancara.

b. Observasi (pengamatan)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti akan mengamati secara langsung kondisi objek penelitian (tempat usaha). Observasi akan berfokus pada kondisi fisik tempat usaha.

c. Dokumentasi

Penelitian ini juga menggunakan metode dokumentasi untuk mendapat data yang bersifat menguatkan data skunder. Data-data tersebut akan diambil menggunakan kamera dan berfokus pada kondisi fisik lapangan (tempat usaha).

## Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel penelitian digunakan untuk mempermudah pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Hal ini juga diperlukan untuk menjabarkan variabel menjadi konsep, indikator dan ukuran yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel lainnya.

Variabel	Definisi operasional	Dimensi	Indikator	No. Pertanyaan
Percaya diri	Percaya diri Hakim, (2004) adalah suatu	Sikap wirausahawan yang	1. Optimisme 2. Komitmen (Marzuki, 1997)	1. Apa dasar anda menjalankan usaha ini? Dan apakah



	keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang dimiliki seseorang dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai tujuan dalam hidupnya.	memberi keyakinan kuat pada kemampuan diri untuk melakukan tindakan dalam mencapai berbagai tujuan didalam usahanya		pilihan ini menurut anda sudah tepat? 2. Bagaimana anda mempertahankan dan mengembangkan usaha anda?
Berorientasi pada hasil	Berorientasi pada hasil Meredith (1996) adalah sifat wirausaha untuk merencanakan hasil pada masa depan	Sikap wirausahawan yang selalu mengutamakan mengerjakan tugas-tugasnya dengan baik.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Orientasi laba</li> <li>2. Ketekunan Drucker (1985)</li> </ol>	<p>3. Apa yang menjadi target akhir dalam usaha anda?</p> <p>4. Apa yang anda lakukan untuk mencapai hasil tersebut?</p>
Pengambilan resiko	Keberanian mengambil resiko dalam wirausaha Saiman (2014) adalah suatu keinginan untuk mencoba melakukan	Sikap wirausahawan yang berani bersepekulasi terhadap resiko yang akan dihadapi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Spekulasi</li> <li>2. Antisipasi Dirge (2013)</li> </ol>	<p>5. Apa yang akan anda lakukan jika usaha anda ini sedang mengalami penurunan?</p> <p>6. Bagaimana cara anda merealisasikan hal tersebut?</p>

	secara cerdas untuk mengamnil resiko yang tepat.			
Kepemimpinan	kepemimpinan Martinis Yamin & Maisah, 2010) adalah suatu proses mempengaruhi yang dilakukan seseorang dalam mengelola anggota kelompoknya untuk mencapai tujuan.	Sikap wirausaha yang dapat memutuskan dan memimpin suatu rencana usaha yang baik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berani mengambil keputusan</li> <li>2. Mampu memberi pengaruh kepada karyawan</li> </ol> <p>Suryana (2003)</p>	<p>7. Sebagai seorang pimpinan dalam sebuah usaha, hal apa yang harus dimiliki untuk mengelola usaha tersebut?</p> <p>8. Sebagai seorang pemimpin usaha, hal-hal apa saja yang sudah anda berikan terhadap karyawan anda untuk membantu memajukan usaha anda? (kaitan dengan seluruh anggota kerja)</p>
Keorisinilan	Keorisinilan Alma (2004) adalah kemampuan wirausaha untuk berpikir dan bertindak secara kualitas untuk menjadikan sesuatu yang baru.	Sikap wirausaha yang mengembangkan dan mempertahankan suatu usaha yang dijalankan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ciri khas usaha</li> <li>2. Menciptakan ide-ide untuk mengembangkan usaha</li> </ol> <p>Prawirokusumo (1997)</p>	<p>9. Hal apa yang sudah anda lakukan untuk menjadikan ciri khas usaha anda berbeda dari pesaing lainnya?</p> <p>10. Inovasi-inovasi apa saja yang sudah anda lakukan untuk mengembangkan usaha ini?</p>

Orientasi masa depan	Berorientasi masa depan Alma (2004) adalah menghadapi pandangan jauh kedepan seorang wirausaha akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang agar jelas	Pengelolaan wirausahawan dalam merencanakan hidup dimasa yang akan datang.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tujuan yang jelas untuk kurun waktu kedepan</li> <li>2. Menggali peluang usaha</li> </ol> Alma (2004)	<p>11. Bagaimana anda menggambarkan usaha anda di masa depan?</p> <p>12. Apa yang anda lakukan untuk mewujudkan hal-hal tersebut?</p>
----------------------	---	--	---	---

Variabel	Definisi operasional	Dimensi	Indikator	No. Pertanyaan
Modal	Modal Suyadi Prawirosentono (2001) adalah semua bentuk kekayaan yang digunakan dalam proses produksi atau menghasilkan output	Faktor-faktor yang berkaitan dengan modal pada usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal awal</li> <li>2. Aset Suyadi Prawirosentono (2001)</li> </ol>	<p>13. Menurut anda apakah modal menjadi faktor terpenting dalam memulai usaha genteng ini?</p> <p>14. Apa saja modal (material dan non material) yang anda siapkan pada saat pertama kali memulai usaha?</p>
Harga	Harga Basu swasta	Penentuan harga jual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> </ol>	15. Menurut anda dalam usaha genteng

	(2003) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual	barang	2. Daya saing harga Basu (2003)	apakah harga menjadi kekuatan jual utama?  16. Bagaimana saudara mengelola daya saing harga pada pasar ini?
Kualitas Produk	Kualitas produk Simamora, (2001) adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsi-fungsinya	Standar kualitas produk dan penanganannya	1. Angka retur 2. Penanganan produk Simamora (2001)	17. Menurut anda apakah retur barang mempengaruhi gambaran tentang kualitas produk usaha anda dan kemajuan usaha anda ?  18. Menurut anda apakah penanganan produk pada usaha anda sudah maksimal?
Lokasi	Lokasi usaha Buchari Alma (2012) adalah lokasi bisnis yang tepat untuk kegiatan bisnis adalah sangat menentukan keberhasilan	Penentuan lokasi dan jangkauan distribusi pada usaha	1. Jangkauan lokasi penjualan 2. Jangkauan distribusi Buchari Alma (2012)	19. Bagaimana pengaruh pemilihan tempat usaha pada keberhasilan usaha anda? 20. Bagaimana jangkauan distribusi penjualan barang pada usaha anda?

	dan kegagalan bisnis untuk masa depan			
Promosi	Promosi Simamora (2004) adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), atau mengingatkan orang orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu maupun rumah tangga	Penggunaan media promosi dan operasional promosi pada kurun waktu tertentu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi</li> <li>2. Media promosi</li> <li>3. Intesitas promosi Simamora (2004)</li> </ol>	<p>21. Menurut anda bagaimana peran promosi pada usaha ini?</p> <p>22. Media promosi apa saja yang anda gunakan dalam mempromosikan usaha anda?</p> <p>23. Seberapa sering anda mengelola media promosi yang anda gunakan?</p>

Tabel 1.1 Tabel Operasional Variabel

### Teknik Pengolahan Data

(Suyanto dan Sutinah, 2006:173) menjelaskan bahwa pengolahan data secara kualitatif dilakukan dengan mengategorikan atau mengelompokkan data berdasar fokus penelitian. Pengolahan data yang akan dilakukan pada penelitian ini mengacu pada model analisis (Miles dan Huberman, 1992) yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

### Penyajian Data (*data display*)

Langkah selanjutnya pada pengolahan data kualitatif yaitu penyajian data. Lebih lanjut dijelaskan oleh (Miles dan Huberman, 1992:17) penyajian data adalah informasi yang tersusun yang akan memberikan kemungkinan dalam penarikan kesimpulan. Langkah ini bertujuan untuk membuat data yang sudah direduksi lebih terorganisir sehingga akan mempermudah penulis dalam memahami.

Penyajian data yang akan digunakan pada penelitian ini berbentuk uraian naratif. Hal ini dimaksudkan untuk memberi gambaran arus permasalahan yang sedang diteliti. Langkah ini akan memberikan penulis gambaran mengenai data-data yang relevan dalam penelitian. Data tersebut sangat penting karena berperan dalam penarikan kesimpulan.

### **Menarik kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing / verification*)**

Langkah terakhir dalam analisis kualitatif adalah penarikan kesimpulan dari data yang sudah diolah melalui langkahh sebelumnya. Penarikan kesimpulan dapat dilakukan melalui pemaknaan, pembacaan pola dan alur sebab akibat. Penarikan kesimpulan pendekatan kualitatif tidak dapat dilakukan hanya sekali, namun harus berulang kali. Hal ini bertujuan untuk memeriksa setiap kaitan antar data dan memeriksa kebenarannya. Kesimpulan pada penelitian kualitatif berbentuk uraian naratif.

## **Bab IV**

### **Hasil Dan Pembahasan**

#### **Deskripsi Industri Distribusi Genteng di Salatiga**

Sebagai salah satu usaha distribusi barang, usaha distribusi genteng dapat dikatakan tidak akan mati, bahkan akan cenderung meningkat. Hal ini sejalan dengan pembangunan rumah yang terus ada, menyebabkan permintaan genteng juga ada, karena genteng adalah salah satu bahan pokok dalam bangunan. Di area kota Salatiga tidak terdapat produsen genteng, pedagang genteng di Salatiga mengambil barang dari produsen di luar daerah. Produk genteng yang dijual oleh distributor di Salatiga disupply dari berbagai daerah yaitu dari kota Solo, Kebumen, Magelang, Jepara, dan Kudus untuk kawasan Jawa Tengah serta produsen genteng dari wilayah Jawa Barat berasal dari kota Jatiwangi, Karawang, dan Bogor. Jika dilihat dari uraian tersebut alur distribusi yang ada di Salatiga yaitu produsen ke pedagang distribusi ke konsumen. Semakin pendek jalur distribusi yang digunakan akan berdampak pada harga produk yang semakin rendah. Hal ini akan menjadi keuntungan untuk pedagang distribusi di Salatiga, karena jika dilihat dari segi harga, konsumen akan lebih diuntungkan untuk mengambil produk dari kota Salatiga dibandingkan dengan mengambil produk dari luar daerah yang tentunya memiliki harga lebih tinggi karena ongkos pengiriman.

Di Salatiga, terdapat 11 usaha distribusi genteng, 5 diantaranya berada di sepanjang Jl. Diponegoro, 3 usaha berada di jalan Lingkar Salatiga, 1 usaha berada di Jl. Osamaliki, 1 usaha berada di jalan raya Sidomulyo Salatiga, dan 1 usaha terletak di jalan raya Tingkir-Suruh. Usaha distribusi genteng di Salatiga menjual berbagai jenis genteng yaitu genteng tanah, genteng kaca, dan genteng beton. Selain menjual produk genteng, usaha distribusi genteng di Salatiga juga menjual aksesoris yang berfungsi sebagai pelengkap produk genteng misalnya kerpas dan aksesoris pelengkap lainnya. Melihat perbandingan potensi pasar dan jumlah distributor, masih sangat mungkin jika akan muncul pedagang distributor baru.

#### **Deskripsi Kasus**

Berikut ini gambaran kasus usaha distributor genteng di Salatiga.

#### **Mitra Genteng**

Usaha Mitra Genteng berlokasi di Jl. Diponegoro nomor 92, Sidorejo Lor, Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah, berdiri tahun 2008. Usaha ini mempunyai tiga orang karyawan

terdiri dari pemilik usaha yang melakukan dan mengontrol pemesanan (*ordering*), pemasaran (*marketing*), dan keuangan (*financing*), dan dua orang pekerja lepas bertanggung jawab pada penerimaan dan pengiriman barang. Supplier yang menyuplai barang kepada Mitra Genteng berasal dari daerah di Jawa Tengah dan Jawa Barat.

Bapak Suprasetyo merupakan pemilik dan pendiri usaha Mitra Genteng lahir pada 23 Desember 1965 di kota Magetan. Bapak Suprasetyo tahun ini berusia 54 tahun. Pendidikan terakhirnya adalah Diploma 3 jurusan manajemen Universitas Diponegoro Semarang. Sebelum memulai usaha distribusi genteng, bapak Suprasetyo merupakan seorang karyawan swasta di suatu perusahaan.

Usaha Mitra Genteng yang berdiri sejak 2008, tahun ini mencapai sebelas tahun. Pada awal pendirian, Mitra Genteng belum memiliki tempat usaha permanen. Bapak Suprasetyo sebagai pemilik usaha, berperan sebagai sales menawarkan genteng langsung kepada konsumen. Pada saat itu, Mitra Genteng belum melakukan sistem stok barang dimana persediaan barang yang ada merupakan barang pesanan konsumen. Untuk memulai usaha distribusi genteng tersebut, Bapak Suprasetyo menggunakan modal milik pribadi. Setelah satu tahun berjalan, Bapak Suprasetyo mulai mengembangkan usaha dengan menyewa tempat permanen yang digunakan sebagai *showroom* dan tempat penyimpanan produk. Selain itu di tahun yang sama, Bapak Suprasetyo mulai menambah armada untuk keperluan pengiriman. Pada awalnya, Bapak Suprasetyo tidak memiliki karyawan tetap sehingga untuk jasa angkut, kirim dan bongkar, Bapak Suprasetyo menggunakan tenaga sewaan lepas, yang hanya digaji di saat terdapat pekerjaan. Pada tahun 2010, Mitra Genteng memiliki tiga orang karyawan tetap untuk membantu operasional usaha. Saat ini Mitra Genteng tidak hanya melayani pengiriman di dalam kota Salatiga tapi juga merambah ke luar kota. Selain itu, Mitra Genteng sudah menggunakan media promosi untuk mempeluas jaringan pasar.

Sebagai pemilik usaha, Bapak Suprasetyo memiliki rasa percaya diri yang sangat kuat dalam menjalankan usahanya. Rasa optimisme dalam menjalankan usahanya dapat dilihat dari keyakinan bapak Suprasetyo dalam melihat potensi pasar genteng, yang masih akan terus berkembang di Salatiga. Hal tersebut diperkuat oleh komitmen pada pelayanan yang diberikan kepada konsumen, sehingga bapak Suprasetyo yakin bahwa usahanya akan terus berkembang. Bapak Suprasetyo juga memiliki karakter kewirausahaan yang sangat kuat yaitu berorientasi pada hasil, dimana bapak Suprasetyo selalu menjalankan usahanya dengan maksimal untuk dapat mencapai target usaha yang ditetapkannya yaitu keuntungan untuk



keberlangsungan usaha. Dalam menjalankan usahanya, bapak Suprasetyo menyadari bahwa persaingan dagang yang ketat pada industri distribusi genteng, di usahanya bapak Suprasetyo juga memiliki karakteristik wirausaha berani pada pengambilan resiko yang kuat. Karakter tersebut dapat dilihat dari spekulasi yang diambil, yaitu mengontrol biaya operasional dan terus mengencangkan pemasaran. Selain berspekulasi, sikap antisipasi yang dilakukan oleh bapak Suprasetyo dalam menyikapi persaingan dagang juga diwujudkan dalam penambahan relasi serta penambahan promosi.

Karakter kewirausahaan bapak Suprasetyo juga dapat dilihat dari karakter kepemimpinannya dalam usaha. Karakter kepemimpinan yang kuat dari bapak Suprasetyo dapat dilihat dari ketegasan dan disiplin yang diterapkan kepada karyawan. Bapak Suprasetyo selalu memantau kinerja para karyawan agar sesuai standar yang diinginkan. Selain itu bapak Suprasetyo juga tidak pernah lupa untuk memberikan motivasi kepada karyawan. Motivasi yang diberikan kepada para karyawannya dapat berbentuk material dan non material. Dari segi material beliau memberikan bonus kepada karyawan yang mempunyai kinerja yang baik. Dari uraian tersebut dapat dilihat bahwa bapak Suprasetyo memiliki karakter kepemimpinan yang kuat. Di tengah persaingan usaha yang ketat, bapak Suprasetyo menyadari pentingnya memiliki orisinilitas yang harus dijaga dalam usahanya. Karakter tersebut dapat dilihat dari kemampuan beliau dalam menjaga dasar sistem usaha yang dijalankannya, yaitu memberikan pelayanan yang jujur dalam harga dan kualitas kepada pelanggan. Bapak Suprasetyo yakin bahwa hal tersebut merupakan sebuah bentuk orisinilitas usahanya yang harus selalu dijaga. Bapak Suprasetyo juga memiliki pandangan yang kuat terhadap kemajuan usahanya. Bapak Suprasetyo dapat dinilai memiliki karakter yang kuat terhadap orientasi usahanya di masa depan. Hal tersebut dapat dilihat dari komitmen yang diambil dalam mengembangkan usaha dan keinginannya dalam membuka cabang baru sebagai bentuk perluasan usaha.

Modal merupakan faktor yang dianggap penting oleh bapak Suprasetyo. bapak Suprasetyo menyebutkan bahwa untuk memulai usaha distribusi genteng terdapat dua hal yang harus tersedia sebelum memulai usaha yaitu ketersediaan stok barang dan lokasi penjualan. Dalam usaha distribusi barang industri, penjualan produk biasanya dilakukan pada skala besar, oleh sebab itu jika sebuah usaha tidak memiliki stok yang cukup untuk memenuhi permintaan konsumen, akan berdampak pada daya saing pasar. Lokasi penjualan juga dinilai sebagai faktor penting yang harus disiapkan pada awal usaha karena lokasi yang tepat akan memberikan dampak pada konsumen secara langsung. Keterjangkauan lokasi penjualan oleh konsumen akan mengakibatkan naiknya intensitas kunjungan pada lokasi

usaha. Selain itu untuk menyikapi persaingan yang semakin ketat, bapak Suprasetyo menyebutkan harga menjadi salah satu daya saing. Pasar genteng yang merupakan pasar homogen menjual produk dari produsen yang sama, menyebabkan konsumen akan membandingkan tiap usaha dari segi harga. Untuk menyikapi hal ini bapak Suprasetyo mengambil langkah yaitu meminimalkan laba dan selalu menjaga kualitas produk yang dipasarkan.

Kualitas produk sebuah usaha dapat dilihat dari angka retur konsumen terhadap usaha. Semakin banyak angka retur, akan memberikan beban pada usaha. Hal ini disebabkan oleh kebijakan dari pabrik terhadap barang retur yang tidak dapat dikembalikan setelah selesai dropping. Bapak Suprasetyo menyebutkan meskipun mempengaruhi laba usaha, namun retur juga dinilai sebagai cara untuk tetap menjaga image usaha terhadap konsumen. Untuk meminimalkan angka retur, bapak Suprasetyo menyebutkan sudah menhandle produk dengan maksimal, salah satunya dengan menutup seluruh produk dibawah kanopi.

Menurut bapak Suprasetyo, pemilihan lokasi berpengaruh kepada keberhasilan sebuah usaha. Pemilihan lokasi penjualan yang tepat akan berdampak kepada keterjangkauan konsumen dan cakupan area distribusi. Dalam usaha bapak Suprasetyo, mayoritas konsumen datang secara langsung untuk melihat produk, oleh sebab itu penting bagi bapak Suprasetyo memilih tempat showroom yang dapat mudah dijangkau oleh konsumen. Selain itu, pemilihan lokasi yang tepat akan mempermudah akses pengiriman dan penerimaan produk dari pabrik. Selain itu, untuk mendukung keberhasilan tersebut dibutuhkan promosi yang aktif kepada konsumen. Promosi yang dilakukan bapak Suprasetyo bertujuan untuk menambah awareness dari konsumen. Dalam menjalankan promosinya, bapak Suprasetyo menggunakan media online dan offline yang dimaintain setiap minggu.

### **Eva Genteng**

Usaha distribusi genteng Eva Genteng berdiri tahun 2006, dan tahun ini usia usaha memasuki tahun ke tigabelas. Eva Genteng berlokasi di jalan Gunung Payung I, nomor 1 Blotongan Salatiga. Eva genteng memiliki tiga karyawan tetap, yaitu pemilik usaha yang bertanggung jawab atas ordering, controlling dan masalah tunggakan.

Responden, Bapak Nasirun, adalah pemilik usaha Eva Genteng berasal dari kota Semarang, lahir pada 3 Januari 1970. Bapak Nasirun adalah sarjana bidang agama. Responden sudah pernah bekerja pada bidang distribusi, namun jenis usahanya usaha

distribusi makanan (penjualan roti). Usaha penjualan roti dinilai beresiko besar, karena makanan memiliki masa kadaluarsa yang pendek. Oleh sebab itu, bapak Nasirun mencari peluang lain dan melihat adanya peluang di distribusi genteng sehingga memutuskan menjalankan usaha tersebut. bapak Nasirun menyebutkan kepercayaan terhadap produsen dan konsumen merupakan kunci kesuksesan usaha distribusi genteng, karena sebagai distributor, produsen merupakan pihak yang memberi barang, dan konsumen adalah orang yang membeli barang. Oleh karena itu penting bagi seorang distributor menjaga hubungan baik dengan produsen sebagai pihak pemberi barang.

Sebagai pemilik usaha distribusi genteng, Bapak Nasirun memiliki rasa percaya diri yang sangat kuat, hal ini bisa dilihat dari komitmen Bapak Nasirun saat menjalankan usaha barunya yang awalnya bapak nasirun bekerja sebagai penjual roti dan akhirnya memutuskan untuk menjadi pengusaha distribusi genteng karena bapak Nasirun memikirkan bahwa usaha distribusi genteng ini memiliki resiko yang kecil dengan barang yang di jualnya memiliki daya tahan yang lama dibandingkan usaha sebelumnya dan bapak Nasirun melihat bahwa usaha distribusi genteng di Salatiga yang masih sedikit. Dalam menjalankan usahanya bapak Nasirun memiliki komitmen yang kuat dengan cara bapak nasirun mempertahankan hubungan yang baik dengan produsen dan konsumen untuk mendapatkan kepercayaan dalam usahanya. Dalam usahanya bapak Nasirun mempunyai ketekunan dalam mencapai hasil, hal ini dapat dilihat bahwa bapak Nasirun memiliki karakteristik berorientasi pada hasil yang sangat kuat, dalam hal ini bapak Nasirun memiliki target akhir dalam usahanya yaitu mendapatkan laba sebanyak-banyaknya untuk keberlangsungan hidupnya, dan cara yang ditekuni bapak Nasirun untuk mencapai hasilnya dengan cara bekerja keras, menambah relasi pasar dan selalu menangkap peluang usahanya. Saat menjalankan usaha ini bapak Nasirun menyadari bahwa suatu usaha tidak akan selalu mendapatkan apa yang diinginkan oleh bapak Nasirun, dalam hal ini bapak Nasirun memiliki karakteristik pengambilan resiko yang kuat, dapat dilihat dari spekulasi dan antisipasi bapak Nasirun saat usahanya menurun dan bapak Nasirun akan lebih berusaha bekerja keras semaksimal mungkin dan berdoa.

Dalam menjalankan usaha distribusi genteng ini bapak Nasirun juga memiliki karakteristik jiwa kepemimpinan yang kuat, dapat dilihat dari jiwa kepemimpinan bapak Nasirun selalu bersifat tegas dan selalu memotivasi karyawannya. Selain itu bapak Nasirun juga mengajarkan tentang visi dan misi usahanya kepada karyawannya agar seluruh karyawannya memahami dan menjalankan visi dan misi usahanya. Sebagai pemimpin usaha bapak Nasirun juga memiliki karakteristik wirausaha keorisinilan yang kuat, bapak Nasirun

menerapkan sistem agama dalam pengambilan laba dan menjaga kualitas produk yang dijual kepada konsumen, dan akan mengganti barang yang di retur dari konsimen. Sebagai pemilik usaha bapak Nasirun memiliki pandangan yang jelas akan keberlangsungan usahanya di masa depan, hal ini dapat dilihat dari tekad dan rasa ingin selalu berkembang yang dimiliki oleh bapak Nasirun. Karakter ini juga dapat dilihat melalui kerja kerasnya untuk selalu menambah relasi dan memperkuat hubungan dengan konsumen dalam hal ini bapak Nasirun memiliki karakteristik wirasausaha beorientasi pada masa depan cukup.

Modal sebagai aspek dasar dalam memulai usaha dinilai merupakan aspek penting oleh bapak Nasirun . Dalam memulai usaha distribusi genteng, dibutuhkan ketersediaan stok, lokasi penjualan sebagai showroom dan alat transportasi. Ketiga hal tersebut merupakan hal dasar yang wajib disiapkan sebelum memulai usaha. Daya saing dari usaha adalah kualitas produk. Bapak Nasirun berpendapat bahwa kualitas produk yang ditawarkan lebih penting dari harga, karena kualitas akan mengikuti harga. Memberikan harga yang lebih tinggi kepada para konsumen jika diimbangi dengan kualitas produk yang terjamin, akan memberikan dampak jangka panjang terhadap usaha dibandingkan memberikan harga yang murah namun kualitas tidak terjamin. Oleh sebab itu bapak Nasirun tidak terlalu berfokus kepada harga dalam bersaing di pasar, tetapi mengunggulkan kualitas produk. Kualitas produk yang diterima konsumen ini dijaga melalui komitmen retur yang diberikan kepada para konsumen. Bapak Nasirun juga mengatakan bahwa angka retur tidak berpengaruh kepada usahanya karena barang yang rusak dapat dikembalikan ke pabrik. Namun, untuk menjaga kualitas produk bapak Nasirun berpendapat bahwa usahanya belum maksimal.

Pemilihan lokasi penjualan sebagai lokasi showroom juga dianggap penting dalam menentukan keberhasilan usaha oleh bapak Nasirun. Lokasi yang tepat akan lebih efektif untuk menarik konsumen untuk melihat produk pada usahanya. Selain itu untuk menunjang pemilihan lokasi, bapak Nasirun juga berpendapat promosi berpengaruh kepada keberhasilan. Dalam usahanya bapak Nasirun menerapkan sistem promosi online dan offline yang dimaintain satu kali dalam sebulan. Lokasi yang tepat serta didukung promosi untuk meningkatkan *awareness* konsumen dinilai bapak Nasirun sebagai faktor yang berpengaruh secara langsung.

## **Dadi Rapi**

Usaha distribusi genteng Dadi Rapi berlokasi di jalan Fatmawati, Blotongan, Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah. Dadi Rapi sudah berdiri sejak tahun 1982. Tahun ini telah 37 tahun berdiri, dan merupakan usaha distribusi genteng tertua di Salatiga. Saat ini Dadi Rapi memiliki lima orang karyawan yang terdiri atas satu orang pemilik usaha yang bertanggung jawab terhadap ordering, satu orang sebagai penjaga toko yang menangani penjualan konsumen, satu orang sebagai sopir, dan dua orang sebagai tenaga angkut. Dadi Rapi mendapat supply barang dari daerah Jawa Tengah dan Jawa Barat. Dadi Rapi tidak hanya berfokus kepada penjualan genteng saja, juga menyediakan aksesoris genteng.

Ibu Djumadi sebagai pendiri awal usaha, lahir pada 16 Januari 1956 di Salatiga. Pendidikan terakhir Ibu Djumadi adalah SMA. Pada awal mulanya Ibu Djumadi merupakan seorang sales. Pada saat itu Ibu Djumadi melihat peluang penjualan genteng di area sekitar tempat tinggalnya, setelah itu beliau mulai membuka usaha genteng. Pada awal mulanya, genteng yang dijual merupakan barang titipan dari pabrik, oleh sebab itu beliau tidak membutuhkan banyak modal. Setelah beberapa waktu, usaha genteng yang dijalani Ibu Djumadi mengalami perkembangan, membuat Ibu Djumadi mengambil pinjaman modal ke bank untuk membesarkan usahanya.

Rasa percaya diri yang kuat yang dimiliki oleh Ibu Djumadi terbentuk dari pengalaman usaha yang sudah ditekuni selama bertahun-tahun, membuat ibu Djumadi paham terhadap seluk beluk usaha. Modal tersebut merupakan pengaruh besar kepercayaan diri yang dimiliki dalam menjalankan usaha. Sebagai pemilik usaha Ibu Djumadi selalu berusaha untuk menjaga agar usahanya terus berjalan lancar dan mendapat omset yang stabil. Dalam menjalankan usaha distribusi genteng ini ibu Djumadi memiliki karakteristik wirausaha beorientasi pada hasil yang kuat, dalam hal ini ibu Djumadi mempunyai target dalam menjalankan usahanya yaitu menjaga pendapatan usahanya selalu ada, untuk menjaga omset atau pendapatan selalu ada dalam usahanya ibu Djumadi melakukan servis kepada konsumen dan tidak memberikan harga yang tinggi karena sekarang pesaing usahanya sudah banyak. Dalam mengantisipasi persaingan dagang, Ibu Djumadi juga memiliki karakteristik pengambalian resiko yang cukup yaitu selalu mengambil langkah antisipasi untuk mengontrol harga jual agar dapat bersaing di pasar. Sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari usaha, Ibu Djumadi sadar bahwa resiko akan selalu ada. Dalam mengantisipasi persaingan dagang ibu Djumadi melakukan sistem manajemen keuangan operasional yang selalu ditekan agar tidak

menimbulkan beban operasional, sebagai contohnya yaitu tidak menggunakan sales sebagai media promosi.

Sebagai pemimpin usaha yang sudah menjalankan usaha selama berpuluh tahun ibu Djumadi memiliki karakteristik kepemimpinan yang cukup untuk selalu berusaha mengayomi seluruh karyawannya. Watak kepemimpinan yang dimiliki oleh ibu Djumadi, dimaksudkan untuk menciptakan satu pandangan yang sama pada seluruh karyawan tentang usaha yang dijalankan. Sebagai usaha yang tergolong tua dan sudah cukup lama berjalan, eksistensi Dadi Rapi tidak lepas dari aspek orisinilitas yang dijaga oleh ibu Djumadi. Hal tersebut dapat dilihat dari perbedaan variasi produk yang dijual. Ibu Djumadi selalu berusaha mempertahankan kelengkapan produk sebagai komitmen orisinilitas yang selalu dijaga dalam usaha. Meskipun sudah berjalan selama lebih dari 20 tahun, ibu Djumadi tetap memiliki karakteristik orientasi pada masa depan yang cukup terhadap usahanya, yaitu keinginan untuk usahanya tetap ada dan dapat membuat cabang baru. dan tetap mempertahankan pelayanan kepada konsumen.

Saat memulai usaha distribusi genteng ini ibu Djumadi hanya mempunyai modal satu motor yang dijual untuk memesan genteng kepada produsen. Dengan berjalannya waktu usaha distribusi genteng Dadi Rapi ini mendapatkan kepercayaan dari para produsen genteng. Pelaku usaha mengatakan bahwa ketersediaan modal untuk usaha distribusi itu penting dikarenakan untuk mengembangkan usahanya,

Menurut ibu Djumadi, persaingan pasar sekarang dan dulu sudah sangat berbeda, terutama dalam harga yang semakin ketat dengan banyaknya usaha distribusi genteng di Salatiga. Dalam menyikapi persaingan harga di pasar yang semakin meningkat ibu Djumadi tetap mempertahankan harga yang ada di pasar agar tetap bisa bersaing. Dalam usaha distribusi genteng menurut ibu Djumadi selain harga yang harus bersaing adalah kualitas produk yang dijual. Ibu Djumadi mengatakan retur barang memang menjadi beban bagi usahanya, akan tetapi retur barang merupakan komitmen yang mereka berikan kepada konsumen agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga. Untuk menjaga kualitas produk ibu Djumadi sudah menanganinya dengan menyimpan genteng secara baik.

Jangkauan distribusi genteng Dadi Rapi di kota Salatiga dan Kab.Semarang. Berkaitan dengan jangkauan distribusi, ibu Djumadi mengatakan bahwa pemilihan lokasi usaha itu sangat penting dalam usaha distribusi genteng. Pemilihan lokasi usaha dipinggir

jalan bertujuan agar mudah dijangkau konsumen. ibu Djumadi tidak pernah melakukan promosi, dikarenakan dalam usahanya sudah mempunyai pelanggan tetap sejak dulu.

### **Tentrem Jaya**

Usaha distribusi genteng Tentrem Jaya berlokasi di jalan raya Sidomulyo Mangunsari, Sidomukti, kota Salatiga, Jawa Tengah. Tentrem Jaya pertama kali dibuka tahun 2011, yang berarti tahun ini usaha tersebut sudah berjalan delapan tahun. Saat ini Tentrem Jaya memiliki karyawan tiga orang, yaitu satu orang pemilik usaha yang bertanggung jawab atas ordering, dan finansial dan dua orang tenaga angkut yang merangkap menjadi sopir.

Bapak Andi Harsoyo, sebagai pemilik Tentrem Jaya lahir di Salatiga pada tanggal 1 Juli 1974, merupakan penerus usaha genteng yang dahulu dibangun oleh orang tua beliau. Bapak Andi merupakan lulusan Sekolah Tinggi Teknik Kedirgantaraan Solo, dengan jenjang diploma. Usaha Tentrem Jaya yang dijalankan oleh bapak Andi merupakan usaha turunan dari orang tua. Hal tersebut membuat bapak Andi memiliki rasa percaya diri yang lemah terhadap usahanya. Meskipun hal tersebut terjadi hanya pada awal memulai usaha, sekarang bapak Andi lebih percaya diri dalam menjalankan usaha. Hal tersebut dapat dilihat dari usaha yang dilakukan bapak Andi pada penambahan modal usaha yang dinilai sebagai bentuk investasi tambahan untuk mengembangkan usahanya. Beliau menyadari bahwa dalam menjalankan usahanya dibutuhkan komitmen yang kuat agar dapat memberikan hasil yang baik terhadap usahanya. Dalam menjalankan usaha distribusi genteng ini bapak andi juga memiliki karakteristik beorientasi pada hasil yang sangat kuat dalam usahanya. Hal ini dapat dilihat dari bapak Andi yang ingin usaha yang diturunkan kepada bapak Andi semakin berkembang dan cara bapak Andi untuk mencapai targetnya bapak andi melakukan kontrol atas manajemen keuangan operasional. Sehingga uang yang dikeluarkan sebagai pengeluaran operasional dapat dihitung dengan baik. Dalam menangani naik turunnya pendapatan dalam usahanya bapak Andi memiliki karakteristik pengambilan resiko yang kuat, dapat dilihat dari spekulasi bapak Andi menanganinya saat pendapatan dalam usahanya menurun dengan cara berdoa, berusaha, dan mengambil laba sedikit dari biasanya, yang bertujuan agar tetap mendapatkan pemasukan pendapatan dalam usahanya.

Sebagai pemimpin usaha, bapak Andi memiliki karakteristik kepemimpinan yang kuat. Hal tersebut dapat dilihat dari sikap tegas dan profesional bapak Andi yang diterapkan kepada semua karyawannya dan bapak Andi selalu berusaha menanamkan nilai kejujuran dalam usaha kepada seluruh karyawan. Selain itu bapak Andi juga mengetahui bahwa dalam

usaha distribusi genteng di Salatiga banyak pesaing lainnya, maka dari itu bapak andi mempunyai karakteristik keorisinilan yang kuat dalam usahanya. Dapat dilihat dari cara bapak Andi membedakan usahanya dengan usaha lainya yaitu memberikan pengiriman yang lebih cepat dibanding usaha lainya dan lebih mengutamakan hubungan yang baik kepada konsumen agar menjadi pelanggan tetap dan menjaga hubungan yang baik dengan karyawan agar bekerja dengan baik. Dalam menyikapi persaingan dagang yang ketat pada masa sekarang bapak Andi juga memiliku karateristik orientasi pada hasil yang cukup karena bapak Andi selalu ingin usaha yang diteruskan dari orang tua tetap ada dan bertambah berkembang dan harapan kedepanya bapak Andi ingin membuka cabang baru, dalam hal ini bapak Andi akan selalu bekerja keras untuk mencapai semua tujuan dalam usahanya.

Menurut bapak Andi, modal merupakan hal penting yang berfungsi menunjang operasional usaha. Pada usaha miliknya, modal awal sudah ada karena bapak Andi hanya melanjutkan usaha orang tua. Saat dia mulai memegang usaha, perusahaan ini sudah mempunyai aset seperti alat transportasi, barang dagangan, dan lokasi usaha. Dalam menjalankan usaha ini, bapak Andi berpendapat harga jual tidak berpengaruh karena usaha ini sudah memiliki pelanggan yang loyal dan perusahaan lebih mengutamakan pendekatan pada pelanggan.

Menurut bapak Andi, kualitas produk sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen. Untuk menjaga kualitas produk yang dijual responden belum secara maksimal menyimpan barang untuk menjaga kualitas barang yang baik. Bapak Andi mengatakan bahwa pemilihan lokasi tidak penting dikarenakan usahanya sudah memiliki konsumen dan pelanggan yang loyal. Jangkauan distribusi usahanya sudah mencakup kota Salatiga dan Kab.Semarang. Peran promosi dalam usaha distribusi genteng ini sangat penting karena untuk memperkenalkan usahanya dan produk yang di jual kepada konsumen, dalam hal ini bapak Andi melakukan promosi dengan membagikan kalender dan baju. Untuk baju dilakukan setiap tahun dua kali.

### **Mekar Jaya**

Usaha genteng Mekar Jaya berlokasi di Jalan Osamaliki nomor 26, Sidorejo Lor, Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah. Mekar Jaya pertama kali didirikan tahun 2010. Saat ini usaha Mekar Jaya memiliki tiga karyawan yang membantu operasional usaha, satu orang bertanggung jawab atas finansial, dan dua orang sebagai tenaga angkut. Bapak Heri Sugiasto merupakan pemilik usaha Mekar Jaya, yang lahir pada 20 Oktober 1975. Usaha Mekar Jaya



didirikan oleh orang tua Bapak Heri. Pada tahun 2013 Bapak Heri mengambil alih usaha keluarga tersebut. Pendidikan terakhir bapak Heri adalah SMA.

Pada awal mula menjalankan usaha distribusi genteng ini, bapak Heri tidak memiliki karakter percaya diri yang kuat. Hal ini disebabkan karena usaha yang dijalankannya adalah usaha cabang baru dari orang tua dan bukan merupakan keinginan pribadi dari bapak Heri. Namun dengan berjalanya waktu bapak Heri berkecimpung dalam usaha distribusi genteng, bapak Heri mulai muncul memiliki rasa percaya diri ini karena dapat dilihat dari optimisme bapak Heri dalam usahanya yang ditunjukkan melalui sikap ingin berusaha mengembangkan dan bersaing dalam pasar. Karakter wirausaha orientasi pada hasil yang sangat kuat dimiliki oleh bapak Heri ditunjukkan melalui manajemen penjualan, agar penjualan tersebut selalu dapat menghasilkan laba dan menambah omset usaha dalam keluarganya. Dalam hal ini bapak Heri menyadari bahwa sebagai pendatang baru usaha distribusi genteng di Salatiga bapak Heri mengutamakan kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen untuk mencapai tujuannya dapat bersaing dan menguasai pasar di Salatiga. Dalam kaitannya terhadap pengambilan resiko, bapak Heri memiliki karakter yang kuat dalam hal spekulasi. Hal ini terlihat dari usahanya untuk selalu memperkuat pemasaran guna meraih peluang omset yang lebih besar.

Sebagai pimpinan usaha, karakter kepemimpinan yang kuat dari bapak heri terlihat dari sikap adil kepada seluruh karyawan dan perannya secara langsung ikut mengurus usaha. Dilihat dari karakteristik keorisinilan yang kuat dari bapak Heri dalam usahanya, dapat dilihat dari cara bapak Heri membedakan usahanya dengan usaha distribusi genteng lainnya yaitu dengan cara memberi gratis pengiriman barang kepada konsumen di wilayah kota Salatiga dan sekitarnya, dan bapak Heri juga memberikan pelayanan mengecatkan genteng yang diinginkan konsumen. Karakter berorientasi pada masa depan yang sangat kuat dimiliki bapak Heri dalam usahanya ditunjukkan melalui keinginan bapak Heri untuk mengembangkan usahanya, menguasai pasar di Salatiga dan dapat membuka cabang-cabang baru di kota lainya. Dalam untuk mencapai target tersebut bapak Heri selalu bekerja keras dan menekan pengeluaran untuk mendapatkan hasil yang lebih banyak.

Menurut bapak Heri, modal menjadi salah satu faktor penting dalam usaha distribusi genteng, karena modal berfungsi untuk pembelian stok produk, pengadaan showroom dan alat transportasi yang akan digunakan dalam usaha. Bapak Heri mengatakan bahwa kesiapan sebuah usaha dalam memulai bisnis akan memberikan brand image yang baik kepada pelanggan. Faktor lain yang menjadi fokus penting dalam usaha Mekar Jaya adalah harga

produk. Bapak Heri menekankan bahwa harga menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan usahanya. Untuk itu bapak Heri secara berkala memantau harga pasar sering melakukan penyesuaian harga dengan meminimalkan laba. Menurut bapak Heri, angka retur secara langsung membebani usaha, namun dia memandang hal tersebut merupakan resiko dalam bisnis. Langkah yang diambil dalam menekan angka retur adalah memaksimalkan handling produk. Dengan sistem handling produk yang benar akan menurunkan resiko penurunan kualitas.

Bapak Heri berpendapat lokasi juga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam usaha, karena pemilihan lokasi yang tepat akan berpengaruh langsung kepada konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen akan memberikan peluang yang lebih besar kepada usaha dibandingkan lokasi usaha yang sulit dijangkau. Selain itu lokasi yang dipilih akan berpengaruh kepada luas area pemasaran. Semakin luas area pemasaran semakin banyak potensi pasar yang dapat diperoleh. Promosi menjadi salah faktor penting yang harus diperhatikan karena di masa sekarang promosi kepada pelanggan menjadi faktor penentu dalam branding. Bapak Heri menggunakan media promosi online dan offline dalam memasarkan produknya, menggunakan media sosial dan media konvensional yang dikontrol secara berkala.

### **Analisis Kasus**

#### **Profil Responden**

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan mengenai profil responden yaitu pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga, adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2. Profil Responden

No	Nama Pemilik Usaha	Tempat, tanggal lahir	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan Terakhir	Pendidikan Terakhir
1	Suprasetyo	Magetan, 23 Desember 1965	Laki-laki	54	Karyawan swasta	D3
2	Nasirun	Semarang, 3 Januari 1970	Laki-laki	49	Wirausaha	S1
3	Ibu Jumadi	Salatiga, 16 Januari 1956	Perempuan	63	Sales	SMA
4	Andi Harsoyo	Salatiga, 1 Juli 1974	Laki-laki	45	Karyawan Swasta	D3
5	Heri Sugiasto	Kudus, 20 Oktober 1975	Laki-laki	44	Wirausaha	SMA

Sumber : Data primer, 2019

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa mayoritas pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga berasal dari luar kota Salatiga tetapi sudah lama menetap di kota Salatiga. Secara umum para responden yang merupakan pemilik usaha distribusi genteng di Salatiga adalah laki-laki. Hal ini mungkin disebabkan bisnis ini merupakan *building material* yaitu bisnis barang-barang berat yang didominasi oleh laki-laki. Mereka pada umumnya lebih menguasai product knowledge produk. Dari rentang usia, responden termuda berusia 44 tahun dan tertua adalah 63. Tiga dari lima orang pelaku usaha berada pada rentang usia 40 hingga 50 tahun. Sepertinya, usaha ini kurang diminati oleh kaum muda. Latar belakang pendidikan para pelaku berkisar SMA hingga sarjana. Artinya bahwa sebagian responden punya pendidikan yang relatif tinggi. Beberapa responden meneruskan usaha keluarga. Berkenaan dengan pekerjaan terakhir, beberapa responden sebelumnya merupakan karyawan formal yang kemudian beralih profesi sebagai pengusaha. Dari latar belakang pekerjaan para pelaku usaha distribusi genteng merupakan bekas karyawan swasta dan wirausaha. Responden yang berasal dari karyawan swasta memiliki motif memulai usaha baru, dengan menjadi wirausaha. Sedangkan pelaku usaha yang berlatar belakang sebagai wirausaha adalah pelaku usaha yang sebelumnya menekuni bidang usaha lain, yang melihat potensi produk dan pasar genteng di Salatiga yang masih sangat prospektif, sehingga beralih ke usaha bidang genteng.

## Profil Usaha

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan mengenai profil usaha yaitu pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga, adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3. Profil Usaha

No	Nama Usaha	Alamat Usaha	Tahun Berdiri	Usia Usaha	Jumlah Karyawan	Asal Supplier
1	Mitra Genteng	JL. Diponegoro nomor 92, Sidorejo, Kota Salatiga.	2008	11 Tahun	3	
2	Eva Genteng	JL. Gunung Payung I nomor 1, Blotongan, Kota Salatiga.	2006	13 Tahun	3	Jawa Tengah : Kebumen, Solo, Magelang, Kudus.
3	Dadi Rapi	JL. Fatmawati, Blotongan, Kota Salatiga.	1982	37 Tahun	5	Jawa Barat : Karawang dan Bogor.
4	Tentrem Jaya	Jalan raya Sidomulyo, Sidomukti, Kota Salatiga.	2011	8 Tahun	3	
5	Mekar Jaya	JL. Osamaliki nomor 26, Sidorejo Lor, Kota Salatiga.	2010	9 Tahun	3	

Sumber : Data primer, 2019

Dari lima responden yang diwawancarai, empat orang mempunyai lokasi usaha di kecamatan Sidorejo, dan satu usaha berlokasi di kecamatan Argomulyo. Alasan pemilihan lokasi responden adalah mendirikan lokasi usaha yang dekat dengan tempat tinggal, karena pertimbangan biaya operasional yang harus dikeluarkan. Jika lokasi usaha dekat dengan tempat tinggal akan memudahkan pemilik usaha melakukan kontrol terhadap usaha.

Semua responden merupakan pemilik usaha yang secara langsung menjalankan usaha dan dibantu oleh karyawan. Banyaknya karyawan usaha berkisar dari 3 – 5 orang. Dalam usaha distribusi genteng di Salatiga, karyawan dapat dikategorikan menjadi dua karyawan yaitu karyawan terikat dan karyawan lepas. Karyawan terikat meliputi *admin controller*,

penjaga toko, dan sopir, sedangkan karyawan lepas meliputi kuli angkut barang. Untuk karyawan lepas biasanya tidak mempunyai jumlah yang pasti, hal ini tergantung pada volume barang jual dan intensitas pengiriman. Dari kelima usaha distribusi genteng yang diwawancarai seluruhnya sudah berumur lebih dari lima tahun, bahkan ada yang 37 tahun yang berarti usaha ini sudah berlangsung cukup lama. Dalam usaha distribusi genteng di Salatiga ini tidak ada yang memproduksi genteng di Salatiga, semua usaha distribusi genteng di Salatiga mengorder barang dari para produsen yang letaknya di luar kota Salatiga yaitu dari daerah Jawa Tengah dan Jawa Barat. Produsen dari daerah Jawa Tengah berasal dari kota Solo, Kebumen, Kudus, Magelang dan produsen dari daerah Jawa Barat berasal dari kota Bogor dan Karawang. Semua usaha distribusi genteng membeli barang dagangannya dari produsen tersebut, akan tetapi para pemilik usaha distribusi genteng di Salatiga akan mengorder barang dari banyak produsen tersebut dengan melihat terlebih dahulu dari permintaan pasar di Salatiga.

#### **Analisis karakteristik wirausahawan distribusi genteng di Salatiga**

Variabel	Nama Usaha	Jawaban Responden
Percaya Diri	Mitra genteng	Pada awalnya bekerja di perusahaan, dan memutuskan berwirausaha distribusi genteng
	Eva genteng	Pada awalnya penjual roti dan berpindah menjadi berwirausaha distribusi genteng
	Dadi rapi	Awal mula hanya menjadi sales genteng dan setelah mendapat modal, berani mendirikan usaha distribusi genteng.
	Tentrem jaya	Hanya meneruskan usaha dari orang tuanya.
	Mekar jaya	Sudah mempunyai usaha distribusi genteng di Kudus, dan membuka cabang baru di Salatiga karena melihat peluang pasar yang baik.
Berorientasi Pada Hasil	Mitra genteng	Mencari keuntungan untuk berlangsungnya usaha.
	Eva genteng	Mencari keuntungan untuk keberlangsungan hidup.
	Dadi rapi	Mendapatkan omset bertujuan usahanya terus tetap ada.
	Tentrem jaya	Usahanya yang ingin selalu berkembang.
	Mekar jaya	Menambah pendapatan profit dalam keluarga.
	Mitra genteng	Meminimalkan pengeluaran, dan terus memasarkan produk yang saya jual.

Pengambilan Resiko	Eva genteng	Lebih bekerja keras.
	Dadi rapi	Pengeluaran harus lebih diminimalkan.
	Tentrem jaya	Mengambil laba yang minim.
	Mekar jaya	Memperkuat pemasaran, dan meminimalkan pemasaran.
Kepemimpinan	Mitra genteng	Tegas, disiplin, dan memotivasi karyawan
	Eva genteng	Tegas. selalu memotivasi karyawan.
	Dadi rapi	Mengayomi seluruh karyawan.
	Tentrem Jaya	Harus bersikap tegas dan profesional
	Mekar jaya	Adil terhadap karyawan-karyawan, dan memberikan bonus kepada karyawan yang bekerja dengan baik.
Keorisinilan	Mitra genteng	Jujur kepada konsumen, mengambil laba menurut ajaran agama, mengutamakan kualitas produk.
	Eva genteng	Menerapkan ilmu agama dalam bisnis, jujur dalam kualitas produk, mengganti barang-barang yang rusak
	Dadi rapi	toko paling lengkap menyediakan aksesoris pelengkap genteng, usaha ini salah satu usaha genteng tertua di Salatiga.
	Tentrem jaya	Pengiriman yang lebih cepat dari pesaing-pesaing lainnya.
	Mekar jaya	Mengutamakan kualitas produk, dan jasa pengiriman gratis untuk salatiga dan sekitarnya.
Orientasi pada masa depan	Mitra genteng	Usahanya lebih bisa berkembang dan membuka cabang baru.
	Eva genteng	Usahanya bertahan, dan ingin berkembang.
	Dadi rapi	Usaha yang tetap ada, dan pesanan tetap ada.
	Tentrem jaya	Usaha yang akan tetap berkembang di masa depan dan bisa membuka cabang baru.
	Mekar jaya	Semakin berkembang, menguasai pasar di Salatiga, dan terus membuka cabang di kota-kota lainya.

### Percaya diri

Percaya diri sebagai salah satu karakter yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha dapat dilihat dari rasa optimis seorang pelaku usaha terhadap usaha yang dijalankannya. Dari

hasil wawancara yang telah dilakukan kepada para pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga, rasa optimis diukur melalui alasan seorang pelaku usaha memulai usaha dan keyakinan akan pilihan yang sudah dipilih. Dari hasil wawancara alasan memulai usaha dibagi atas dua faktor yaitu faktor dari dalam diri sendiri dan luar diri.

Dari dalam diri sendiri para pelaku usaha distribusi genteng memiliki dua motif untuk memulai usaha. Motif pertama adalah keinginan untuk memulai wirausaha. Dalam wawancara responden Mitra Genteng menyebutkan bahwa sebelum menjalankan usaha distribusi genteng berprofesi sebagai pekerja kantor, dan ingin beralih profesi menjadi wirausaha. Motif kedua adalah latar belakang pekerjaan sebelumnya yang masih relevan dengan dunia distribusi yaitu *salesman* genteng. Responden Dadi Rapi menyebutkan bahwa kaitan antara pekerjaan dan yang pernah dilakukan dengan usaha baru masih dekat, sehingga responden yakin untuk memilih usaha tersebut. Dapat disimpulkan bahwa rasa optimis ini terbangun atas keinginan untuk mencoba hal baru dan pengalaman kerja sebelumnya yang dapat membantu seorang pelaku usaha dalam memulai pekerjaan baru. Seorang pelaku usaha tidak akan dapat menjalankan usahanya dengan maksimal jika tidak memiliki keinginan internal dalam menjalankan usahanya. Hal lain yang dinilai juga penting untuk meningkatkan rasa optimis adalah pengalaman yang sudah didapat, sehingga meminimalkan resiko kesalahan pada bisnis.

Selain faktor yang datang dari dalam diri sendiri, rasa percaya diri pelaku usaha juga terbangun dari faktor eksternal, yaitu potensi pasar, peluang usaha, resiko, dan daya tahan produk. Responden Dadi Rapi dan Mekar Jaya mengatakan bahwa kota Salatiga masih memiliki banyak potensi perkembangan. Faktor eksternal lain yaitu faktor resiko dalam usaha. Usaha distribusi genteng yang tidak mengharuskan untuk memproduksi produk dilihat oleh para pelaku usaha sebagai usaha yang memiliki tingkat resiko yang rendah. Responden Eva Genteng melihat bahwa daya tahan produk juga menjadi alasan pelaku usaha untuk memulai usaha distribusi genteng. Responden Eva Genteng yang sebelumnya juga menjalankan usaha distribusi dengan produk lain, melihat bahwa genteng memiliki daya tahan produk yang lama, sehingga akan menurunkan resiko kerusakan. Selain faktor internal dan eksternal, terdapat juga faktor lain yaitu membuat para pelaku usaha memulai usaha distribusi genteng yaitu alasan meneruskan usaha keluarga dan pembukaan cabang baru, hal ini dapat dilihat dari responden Tentrem Jaya dan Mekar Jaya.

Kepercayaan diri seorang wirausaha juga dilihat melalui komitmen atas usaha yang dijalankannya. Dalam menjalankan sebuah usaha seorang wirausaha pasti menginginkan perkembangan atas usahanya, dan dalam mencapai hal tersebut dibutuhkan komitmen yang berkelanjutan. Komitmen pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya dapat dilihat dari tindakan nyata untuk meningkatkan performa usahanya. Dari hasil wawancara, para pelaku usaha membagi dua faktor yang akan dikembangkan yaitu faktor internal usaha dan faktor luar usaha. Faktor internal usaha meliputi usaha-usaha yang dilakukan untuk mengembangkan dari dalam usaha, yang meliputi keuangan dan sistem manajemen. Sedangkan faktor luar meliputi tindakan-tindakan yang dilakukan dalam hubungannya dengan konsumen.

Faktor internal yang menjadi fokus pengembangan para responden yaitu modal, sistem manajemen, dan sistem pelayanan. Kelengkapan barang dalam sebuah usaha menjadi nilai jual usaha yang juga meningkatkan daya saing terhadap pesaing. Sistem manajemen usaha juga menjadi hal yang harus dikembangkan. Efisiensi biaya dalam usaha, menjadi salah satu fokus dalam pengembangan usaha. Omset penjualan yang besar tidak akan maksimal tanpa manajemen keuangan yang tepat. Dalam mengatur hal ini dibutuhkan komitmen dalam kontrol. Usaha distribusi berhubungan langsung kepada konsumen dalam menjual barang. Untuk dapat mengembangkan usaha dibutuhkan juga komitmen terhadap pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena pelayanan yang diberikan kepada konsumen menjadi salah satu penentu seorang konsumen menjadi konsumen yang loyal terhadap usaha.

Dalam usaha distribusi, para pelaku usaha menyebutkan bahwa membangun kepercayaan dan kerja sama kepada konsumen dan produsen, juga menjadi sebuah komitmen yang harus selalu dijaga. Pihak distributor harus membangun kepercayaan dan kerja sama kepada produsen dalam hal pengadaan barang. Stok barang dan kualitas barang menjadi hal penting yang harus diperhatikan dalam usaha distribusi. Jarak pengiriman dari pabrik atau produsen kepada distributor membutuhkan kontrol dari kedua belah pihak. Sebuah pabrik atau produsen akan berhubungan kepada banyak distributor, untuk mendapatkan prioritas dari pabrik atau produsen, pihak distributor harus memiliki dan membangun hubungan kerja sama yang baik. Komitmen akan kepercayaan harus juga dibangun kepada konsumen. Dalam usaha yang memiliki persaingan yang ketat, selain harga dan pelayanan, tingkat kepercayaan yang terbangun juga menjadi faktor penting bagi para konsumen. Pelayanan yang baik dari ketepatan waktu dan komitmen dagang akan membangun *brand image* sebuah usaha pada konsumennya. Konsumen yang sudah memiliki kepercayaan akan sebuah usaha, berpotensi



menjadi konsumen loyal. Rasa optimis dan komitmen yang dibangun dan dijaga oleh pelaku usaha akan berdampak pada rasa percaya diri seorang pelaku usaha terhadap usahanya.

### **Berorientasi pada hasil**

Karakter seorang wirausaha yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha adalah berorientasi pada hasil. Hal tersebut dapat diukur dari orientasi responden terhadap laba dan ketekunan dalam mencapainya. Dari hasil wawancara, responden menyebutkan hal-hal yang ingin diperoleh kedalam hal material dan non material. Keuntungan atau laba menjadi faktor yang harus didapat dalam sebuah usaha. Keuntungan atau laba tidak akan didapat dengan penjualan yang besar tanpa manajemen yang kuat. Untuk memperoleh hal tersebut dibutuhkan fokus pada hasil akhir yang sudah ditargetkan. Banyak usaha yang tidak mempunyai target yang jelas dalam usahanya. Dalam hal itu, pelaku usaha hanya menjalankan usaha tanpa memiliki motivasi yang kuat untuk mencapai sebuah target. Selain laba, penambahan cabang juga menjadi target yang ingin dicapai oleh pelaku usaha. Hal ini dapat dilihat dari responden Eva Genteng dan Mekar Jaya. Sebuah usaha dapat dinilai stabil jika dapat membuka cabang baru. Selain itu, hasil yang menjadi target responden adalah keberlangsungan usaha. Seluruh responden menginginkan usaha mereka tetap ada dan dapat bersaing di masa depan.

Ketekunan menjadi faktor kunci dalam mencapai target-target yang telah dijelaskan diatas. Para pelaku usaha merealisasikan ketekunan menjadi dua hal, yaitu ketekunan dalam diri dan ketekunan dalam usaha. Ketekunan dalam diri meliputi sifat kerja keras yang harus selalu dibangun dalam menjalankan usaha. Selain itu, seluruh responden juga menyatakan bahwa ketekunan juga harus dibangun dalam usaha. Ketekunan dalam usaha dapat diwujudkan dalam usaha jemput bola konsumen, seperti yang dilakukan oleh Eva Genteng. Dalam dunia dagang yang memiliki persaingan ketat, dibutuhkan strategi lebih untuk dapat menjangkau pasar dan konsumen. Teknik jemput bola menjadi salah satu bentuk ketekunan seorang pelaku usaha dalam usahanya. Hal ini menunjukkan seorang pelaku usaha tidak hanya pasif menunggu konsumen datang, tetapi juga mencari peluang-peluang konsumen.

Karakteristik seorang wirausaha yang berorientasi terhadap hasil dapat dilihat dari ketekunan yang diberikan seorang pelaku usaha terhadap usahanya, dan target-target jelas yang menjadi tujuan usahanya.

### **Pengambilan resiko**

Setiap usaha akan memiliki resiko didalamnya. Walaupun dalam setiap usaha memiliki tingkat resiko yang berbeda, kesiapan dan kemampuan setiap pelaku usaha dalam menyikapi pengambilan resiko merupakan sebuah karakter wirausaha yang wajib dimiliki. Jika seorang pelaku usaha tidak mempunyai karakter yang bagus terhadap pengambilan resiko, hal tersebut akan berpengaruh terhadap kemampuan untuk mengelola usaha. Pada penelitian ini pengambilan resiko dilihat dari dua aspek yaitu spekulasi dan antisipasi. Spekulasi berfokus pada sikap seorang pelaku usaha disaat usahanya mengalami fluktuasi, dengan menitik beratkan pada perhitungan usaha. Sedangkan antisipasi berfokus pada sikap ketika sebuah usaha mengalami kenaikan atau penurunan.

Pada aspek spekulasi, sikap responden dalam menyikapi kondisi usaha yang sedang mengalami fluktuasi antara lain dengan cara mengontrol sistem pengeluaran usaha, meminimalkan laba, memperkuat pemasaran, dan lebih bekerja keras. Pelaku usaha menyikapi kondisi usaha yang sedang menurun dengan mengontrol biaya operasional, seperti menjadikan kuli sebagai pekerja lepas yang hanya diupah ketika terdapat pengiriman atau penerimaan barang. Hal ini diterapkan pada responden Dadi Rapi. Selain itu responden Tentrem Jaya memiliki strategi yaitu meminimalkan laba penjualan, terlebih disaat permintaan pasar menurun dan persaingan semakin ketat. Responden cenderung mengambil resiko menurunkan laba dibandingkan kehilangan omset. Perluasan area pemasaran juga dilakukan oleh Mitra Genteng dalam menyikapi fluktuasi penjualan, yaitu dengan cara meluaskan jaringan distribusi kepada area baru yang memiliki potensi pasar baru. Meski masih bersifat spekulasi, perluasan area pemasaran diharapkan oleh para pelaku usaha untuk menggali peluang dan potensi pasar yang baru.

Selain spekulasi, para pelaku usaha juga melakukan strategi atas fluktuasi yang terjadi dengan cara menambah relasi pemasaran seperti yang dilakukan oleh Eva Genteng. Sebagai contoh Eva Genteng tidak hanya menjual produk kepada *end user*, tetapi juga kepada pihak pemborong. Responden cenderung akan melakukan survei area untuk mencari pembangunan-pembangunan yang sedang dan akan dilakukan oleh pihak perorangan atau pemerintah. Dalam mengantisipasi fluktuasi penjualan para pelaku usaha juga melakukan penambahan promosi kepada konsumen seperti yang dilakukan oleh Mitra Genteng. Penambahan promosi ini biasanya berbentuk pengurangan harga dalam jumlah pengambilan tertentu. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menurunkan margin penjualan yang dikonversi kedalam penurunan harga. Hal lain yang dilakukan dalam mengantisipasi fluktuasi adalah meminimalkan pengeluaran usaha dan meminimalkan laba.

## **Kepemimpinan**

Karakter wirausaha yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha selanjutnya adalah kepemimpinan. Dalam penelitian ini pemilik usaha juga langsung menangani usaha sebagai pelaku usaha. Dalam menjalankan usahanya, para pemilik usaha dibantu oleh beberapa karyawan. Dalam kerja yang melibatkan orang lain atau *team work*, kepemimpinan adalah karakter yang wajib dimiliki, sehingga seorang pimpinan mempunyai kendali atas karyawannya. Sebagai seorang pemilik yang mempunyai strategi dan target atas usaha, seorang pelaku usaha penting dalam mengatur seluruh karyawan untuk dapat mewujudkan target yang sudah diterapkan. Dalam penelitian ini karakter kepemimpinan dilihat dari dua faktor yaitu keberanian dalam mengambil keputusan dan kemampuan memberi pengaruh kepada pekerja.

Sebagai seorang pemimpin dalam sebuah usaha dimana melibatkan banyak karyawan di dalam tim, pengambil keputusan biasanya terletak pada pimpinan. Dari hasil wawancara responden Mitra Genteng, Eva Genteng dan Tenrem Jaya menyebutkan bahwa keberanian dalam mengambil keputusan dapat dilakukan apabila seorang pimpinan memiliki sifat tegas, disiplin, profesional, dan adil. Seorang pemimpin yang tegas akan menghasilkan keputusan yang dapat memberi dampak bagi usaha dan pekerjanya. Selain itu, keputusan yang diambil harus bersikap adil dan profesional agar tidak merugikan.

Seorang pemimpin dinilai memiliki karakter kepemimpinan yang bagus jika mampu memberikan pengaruh kepada para pekerja. Dari hasil wawancara, hal yang dilakukan responden dalam memberikan pengaruh kepada para pekerja dilakukan dengan cara moral dan material. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan pengaruh agar semua pekerja mempunyai satu visi yaitu untuk memajukan usaha. Pendekatan secara moral yang dilakukan kepada para pekerja yaitu memberikan visi dan misi usaha. Seorang pelaku usaha memiliki misi dan visi dalam menjalankan usaha. Walaupun hal tersebut tidak bersifat mutlak, namun sebagian besar menerapkan hal tersebut yang bertujuan untuk memberikan arah yang jelas tentang usaha di masa yang akan datang seperti yang dilakukan oleh Eva Genteng dan Dadi Rapi. Keterbukaan akan kondisi sebuah usaha, juga merupakan cara yang dilakukan responden Dadi Rapi dalam memberi pengaruh terhadap para pekerjanya. Jika seorang pekerja memiliki kesamaan pandangan akan kondisi sebuah usaha, besar kemungkinan dia akan mengerti dan bersikap seperti bagaimana pimpinan bersikap. Selain itu seorang pemimpin dapat memberi pengaruh kepada para pekerjanya dengan andil mengambil bagian

dalam pekerjaan. Hal ini dilakukan untuk mendekatkan diri kepada para pekerja, sehingga para pekerja tidak merasakan perbedaan antara seorang pimpinan dan karyawan. Jika tidak terdapat jarak yang besar antara pimpinan dan karyawan, maka akan mudah untuk bagi seorang pimpinan untuk dapat memanager karyawan.

Selain memberikan pengaruh secara moral, para pelaku usaha juga memberikan reward untuk material kepada para pekerjanya. Sebagai contoh adalah memberikan bonus penjualan dan tunjangan hari raya. Hal ini diberikan kepada para seluruh karyawan tetap ataupun pekerja lepas, yang bertujuan untuk menyampaikan rasa aspirasi kepada para pekerja.

### **Keorisinilan**

Sebuah usaha dengan ciri khas yang membedakan dengan usaha lain, akan memiliki peluang bersaing yang lebih besar. Oleh sebab itu keorisinilan usaha yang dibentuk oleh seorang pelaku usaha akan mampu memberi pengaruh pada eksistensi usaha di pasar. Kemampuan seorang pelaku usaha dalam memberikan keorisinilan pada usahanya, dalam penelitian ini dilihat dari inovasi-inovasi yang telah dilakukan.

Para pelaku usaha memberi ciri khas usahanya, dari aspek sistem dasar usaha dan operasional usaha. Dari segi sistem responden Mitra Genteng dan Eva Genteng menerapkan sistem bisnis yang berdasar pada agama. Sistem ini meliputi cara dagang dan penentuan laba. Hal ini dimaksudkan memberi ciri khas cara berbisnis yang berbeda dari pesaing, dan memberikan aspek berbeda pada internal usahanya. Sedangkan dari segi operasional usaha, mayoritas pelaku usaha memberikan ciri pada pelayanan yang diberikan kepada konsumen, hal ini diterapkan oleh seluruh responden. Beberapa usaha membedakan usahanya dengan pesaing dengan cara menjual jenis barang yang lebih lengkap dari pesaingnya seperti yang dilakukan oleh Dadi Rapi yaitu dengan melengkapi varian produk. Selain itu, pelaku usaha juga berkomitmen memberikan pelayanan yang cepat dari segi penjualan dan pengiriman kepada konsumen. Inovasi yang dilakukan oleh Mekar Jaya adalah memberikan *service* gratis berupa gratis biaya pengiriman kepada pelanggan dengan jarak dan jumlah pembelian yang sudah ditetapkan.

Dengan meningkatnya persaingan, para pelaku usaha juga dituntut untuk melakukan inovasi pada usahanya. Dengan meningkatnya dunia digital banyak pelaku usaha yang berinovasi dengan menambah media promosi non konvensional dari media sosial seperti

Instagram, Facebook, Instagram, dan Line. Selain memberi inovasi dari media promosi, terdapat pelaku usaha yang membuat inovasi dari segi produk. Inovasi produk dilakukan dengan memberikan warna pada genteng, yang pada umumnya usaha distribusi hanya menjual barang tanpa melakukan modifikasi produk. Hal tersebut dilakukan untuk menangkap peluang pasar yang belum dilihat oleh kompetitor usaha lainnya.

### **Orientasi pada masa depan**

Karakter seorang wirausaha yang harus dimiliki dalam berwirausaha adalah selalu berorientasi ke masa depan. Pada dasarnya setiap usaha diharapkan untuk selalu eksis dan berkembang. Oleh sebab itu seorang wirausaha harus memiliki tujuan yang jelas dan harus jeli dalam melihat peluang usaha. Dari hasil wawancara, para responden berpendapat bahwa tujuan dalam usaha berfokus kepada keberlangsungan atau eksistensi, dan penjualan yang terus ada.

Untuk mempertahankan eksistensi dari usahanya, salah satu hal yang akan dilakukan oleh responden adalah bertahan dalam persaingan. Dengan bertahan dalam pasar dagang, membuktikan bahwa usaha tersebut stabil untuk dapat terus berkembang. Selain itu, pelaku usaha juga berpendapat untuk dapat bertahan, usaha yang mereka jalankan harus dapat menguasai pasar dibandingkan dengan usaha lainnya, dan diharapkan dapat membangun cabang baru dengan tujuan memperluas pasar.

Untuk dapat menangkap peluang usaha yang lebih luas, para pelaku usaha melakukan penambahan promosi yang berfungsi menarik konsumen baru. Selain itu langkah yang diambil oleh responden dalam mengambil peluang usaha di masa depan adalah menambah relasi produsen dan konsumen. Hal ini dilakukan oleh responden Mitra Genteng dan Eva Genteng dengan cara menambah relasi produsen. Hal tersebut harus dilakukan karena permintaan dari konsumen yang terus bertambah, dan permintaan akan jenis barang baru yang terus berkembang. Dengan mengikuti tren yang ada di pasar, para pelaku usaha berharap agar usahanya tetap bisa bersaing. Selain itu, menambah relasi konsumen akan memberikan efek samping promosi kepada konsumen lain yang berpotensi menjadi konsumen baru.

### **Analisis faktor-faktor penentu keberhasilan usaha distribusi genteng di Salatiga**

Variabel	Nama Usaha	Jawaban Responden
----------	------------	-------------------

Modal	Mitra genteng	Penting karena untuk melengkapi kebutuhan untuk memulai usaha
	Eva genteng	Modal untuk usaha ini itu penting, tetapi juga bisa dikatakan tidak penting jika proses atau jalanya usaha ini seperti pengalaman saya.
	Dadi rapi	Penting untuk memulai usaha dan mengembangkan usaha ini.
	Tentrem jaya	Penting, untuk menunjang operasional.
	Mekar jaya	Modal untuk usaha ini itu penting karena untuk harus menyiapkan peralatan dan perlengkapan.
Harga	Mitra genteng	Penting, karena persaingan harga semakin meningkat.
	Eva genteng	Tidak, karena di usaha ini saya mengutamakan kualitas produk.
	Dadi rapi	Iya, harga merupakan hal yang sangat penting karena jika tidak bersaing harga kemungkinan besar tidak akan laku.
	Tentrem jaya	Tidak begitu penting, karena mengutamakan hubungan yang baik dengan pelanggan.
	Mekar jaya	Penting, dengan harga yang baik juga mengutamakan kualitas yang baik.
Kualitas produk	Mitra genteng	Berpengaruh, karena image usaha saya terhadap konsumen kurang baik, menyebabkan penurunan pendapatan.
	Eva genteng	berpengaruh terhadap kemajuan usaha saya tetapi barang yang rusak dapat ditukarkan ke pabrik.
	Dadi rapi	Rerur memang menjadi beban bagi usaha, bertujuan menjaga kepercayaan pelanggan.
	Tentrem jaya	Berpengaruh, jika produk yang saya jual tidak bagus akan berpengaruh kepada kepercayaan pelanggan.
	Mekar jaya	Sedikit menghambat untuk kemajuan usaha saya.
Lokasi	Mitra genteng	Sangat berpengaruh, lokasi yang strategis lebih maksimal untuk memamerkan usaha dan produk saya.
	Eva genteng	Berpengaruh karena dengan tempat yang strategis dapat menarik konsumen
	Dadi rapi	Sangat penting alasan kami mempunyai toko di pinggir jalan agar lebih dekat dengan konsumen.
	Tentrem jaya	Tidak berpengaruh karena sudah memiliki pelanggan dan konsumen yang tetap.
	Mekar jaya	Sangat berpengaruh karena tempat yang strategis akan lebih

		sering dilihat oleh konsumen.
Promosi	Mitra genteng	Sangat berpengaruh, semakin sering promosi usaha saya semakin banyak juga orang yang melihat.
	Eva genteng	Penting karena untuk membantu proses memperoleh pendapatan.
	Dadi rapi	Tidak penting, karena kami sudah mempunyai banyak konsumen loyal dari jaman dulu.
	Tentrem jaya	Sangat berpengaruh untuk memasarkan produk yang saya jual.
	Mekar jaya	Sangat penting karena untuk memperkenalkan toko dan produk saya kepada konsumen.

### Modal

Dari hasil wawancara pelaku usaha distribusi mengatakan modal itu penting dan tidak penting, dari lima responden empat mengatakan modal sangat penting untuk usaha distribusi ini dikarenakan untuk memulai suatu usaha harus dibutuhkan modal awal untuk menjalankan usaha distribusi genteng, selain modal untuk memulai usaha distribusi ini modal awal digunakan untuk melengkapi kebutuhan-kebutuhan awal membuka usaha distribusi genteng misalnya menyiapkan tempat usaha, stok barang, dan alat-alat untuk promosi seperti yang dikatakan responden. Selain untuk memulai, menjalankan, dan menyiapkan usaha distribusi genteng ini, dengan menyiapkan modal awal pelaku usaha distribusi akan lebih aman dan lebih cepat atau mudah untuk mengembangkan usahanya untuk mencapai keberhasilan.

Responden Dadi Rapi mengatakan bahwa modal awal tidak penting dikarenakan Responden memulai usaha distribusi genteng ini dengan cara menjadi sales yaitu hanya menjual barang dari produsen ke konsumen tanpa menyiapkan lokasi usaha, menyiapkan stok barang. Jika seorang pelaku usaha tidak menyiapkan modal awal, hal tersebut dapat menghambat perkembangan usaha, karena kurang mendapat kepercayaan atau pengakuan dari konsumen.

Dalam usaha distribusi genteng ini pelaku mempunyai aset awal untuk membuka usaha yaitu uang untuk membuka usaha, lokasi usaha, barang dagang, transportasi, dan alat untuk promosi. Dengan menyiapkan modal awal dan aset untuk membuka suatu usaha distribusi genteng akan membuat semakin cepat usaha distribusi genteng ini berkembang dan

berhasil dalam usahanya, karena akan cepat dikenal oleh konsumen dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

Harga sebagai alat ukur keberhasilan penjualan produk dalam usaha distribusi genteng karena dengan harga yang rendah akan menarik banyak konsumen untuk membeli produk didalam usahanya.

### **Harga**

Usaha distribusi genteng yang tergolong sebagai usaha dengan tingkat persaingan yang ketat dan memiliki produk yang mayoritas serupa, maka harga akan menjadi tolak ukur keberhasilan dalam penjualan produk. Dari hasil wawancara kepada responden mengenai faktor harga sebagai kekuatan jual utama di usaha distribusi genteng, responden mengatakan setuju dan tidak setuju. Responden Mitra Genteng, Dadi Rapi, dan Mekar Jaya menyatakan setuju, karena dalam usaha distribusi genteng ini persaingan harga di pasar semakin ketat dan meningkat. Untuk menjual produk kepada konsumen seorang pelaku usaha berlomba untuk memberikan harga terendah kepada calon konsumen. Tetapi responden Eva Genteng tidak setuju karena responden mengutamakan kualitas produk sebagai nilai jual kepada konsumen dengan harga yang sedikit lebih mahal dan pelaku usaha distribusi genteng mengetumakan pendekatan kepada calon konsumen agar mendapat kepercayaan dan pengakuan produk dan usahanya kepada konsumen untuk mendapatkan pelanggan yang tetap.

Daya saing harga yang semakin meningkat dalam usaha distribusi genteng ini pelaku usaha melakukan cara untuk mengontrol atau mengelola harga dalam usahanya di pasar dengan cara selalu mengamati dan mengikuti harga di pasar dan mengambil laba yang kecil agar dapat memberikan harga yang terendah dipasar dan untuk menarik konsumen.

### **Kualitas Produk**

Dari hasil wawancara untuk mengukur seberapa pentingnya faktor kualitas produk terhadap usaha distribusi genteng untuk mencapai suatu keberhasilan usaha dibagi menjadi dua yaitu angka retur dan penanganan barang. Dalam penelitian ini menurut responden mengatakan bahwa angka retur mempunyai dua dampak yaitu positif dan negatif. Dampak positif angka retur menurut pelaku usaha mengatakan bahwa angka retur adalah resiko dari pelaku usaha distribusi genteng, dan pelaku usaha memiliki komitmen untuk mengganti barang retur yang dijual ke konsumennya untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen terhadap usahanya agar bisa menjadi pelanggan tetap, hal ini dilakukan oleh responden Dadi



Rapi. Dampak negatif angka retur menurut para pelaku usaha distribusi genteng mengatakan bahwa angka retur akan menyebabkan beban dalam usaha distribusi genteng, menyebabkan gambaran usahanya yang tidak baik dari konsumen, menyebabkan pendapatan dalam usaha menurun karena harus mengeluarkan dana operasional untuk mengganti barang retur, dan menghambat berkembangnya usaha distribusi genteng.

Dalam penanganan produk genteng seluruh responden telah menangani atau menyimpan produk dengan maksimal dengan cara menutupi produk genteng dengan kanopi agar terjaga kualitas produk. Tetapi terdapat juga responden yang belum menangani atau menyimpan produk belum maksimal dikarenakan masih ada produk genteng yang belum ditutupi dengan kanopi dan belum tertata dengan baik. Dengan penanganan produk yang baik di tempat usaha akan menjaga kualitas produk genteng dan menarik konsumen saat melihat produk yang dijual.

### **Lokasi**

Pada penelitian ini faktor lokasi dilihat sebagai keterjangkauan lokasi penjualan terhadap konsumen, dan lokasi terhadap jangkauan distribusi. Dari hasil wawancara responden Mitra Genteng, Eva Genteng, Dadi Rapi, dan Mekar Jaya yang menyatakan bahwa pemilihan lokasi penting dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dekatnya lokasi penjualan kepada konsumen akan memberi peluang lebih untuk usaha tersebut dapat dilihat. Selain itu pemilihan lokasi yang tepat, seperti di jalan utama yang sering dilalui oleh konsumen akan meningkatkan minat konsumen untuk datang dan membeli produk. Responden juga berpendapat bahwa keberadaan lokasi usaha penting sebagai sarana memarkan usaha dan produk. Sebuah usaha yang sudah memiliki lokasi penjualan akan memberikan *image* yang lebih baik dibandingkan usaha yang tidak mempunyai lokasi usaha. Namun, responden Dadi Rapi berpendapat bahwa pemilihan lokasi penjualan tidak terlalu penting karena jenis konsumen yang datang ke usaha tersebut adalah konsumen loyal dan warga sekitar. Jadi pemilihan lokasi yang tidak strategis tidak akan berpengaruh kepada minat konsumen untuk membeli produk di suatu usaha.

Lokasi juga berpengaruh kepada jangkauan distribusi. Pemilihan lokasi yang tepat akan memberikan jangkauan distribusi yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Dari hasil wawancara dapat dilihat bahwa jangkauan distribusi dari usaha yang dilayani terbagi atas dalam dan luar kota. Jika dilihat dari intensitas penjualan dan pengiriman, kebanyakan usaha mendistribusikan barang di dalam area kota Salatiga dan Kabupaten Semarang. Seluruh

responden juga mengatakan bahwa pendistribusian produk usaha sudah sampai ke luar kota. Namun untuk pengiriman ke luar daerah kota Salatiga dan Kabupaten Semarang, tidak memiliki intensitas yang tinggi. Hal tersebut terjadi jika hanya terdapat permintaan khusus dari konsumen. Selain itu, biaya operasional angkut barang yang jauh lebih tinggi, membuat jangkauan distribusi usaha dibatasi.

## **Promosi**

Promosi yang dilakukan oleh sebuah usaha menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan usaha. Promosi pada umumnya bertujuan memberikan *brand awareness* kepada para konsumen, dan menunjukkan eksistensi dalam pasar dagang. Responden Mitra Genteng dan Eva Genteng berpendapat bahwa promosi berkaitan langsung terhadap omset. Dengan adanya promosi akan meningkatkan eksistensi toko dan produk yang mereka jual. Hal tersebut akan meningkatkan *awareness* konsumen. Semakin banyak konsumen yang datang ke tempat usaha dan melakukan pembelian akan meningkatkan omset. Namun, ada responden yang menyatakan bahwa promosi tidak menjadi faktor penting yang harus dilakukan dalam sebuah usaha. Hal tersebut didasari oleh tipe konsumen loyal yang menjadi konsumen usaha tersebut.

Dalam melakukan promosi, para responden menyatakan menggunakan dua jenis media, yaitu media digital dan media konvensional. Dengan kemajuan era digital, para pelaku usaha memilih untuk melakukan promosi digital dengan pertimbangan biaya yang lebih kecil dan cakupan promosi yang lebih luas dibandingkan dengan media konvensional. Media digital yang sering digunakan sebagai media promosi, antara lain Facebook, Whatsapp, Instagram, dan Line. Sedangkan media fisik atau konvensional yang digunakan antara lain baju, kalender, MMT, stiker, dan papan nama usaha yang dipasang di lokasi penjualan. Penggunaan media digital bertujuan untuk meluaskan area promosi kepada konsumen baru yang belum terjangkau oleh media promosi konvensional, sebagai contoh konsumen luar kota. Sedangkan untuk media fisik, para responden lebih menargetkan kepada konsumen dalam kota.

Menurut data responden, penggunaan media promosi media digital dikelola satu kali dalam satu minggu atau satu bulan. Sedangkan untuk media fisik, dimaintain setiap enam bulan. Terdapat juga responden yang tidak menggunakan media promosi digital maupun konvensional. Hal tersebut dikarenakan pelanggan usaha tersebut merupakan konsumen loyal.

## Pembahasan

Karakteristik percaya diri menurut (Meredith 1996), pada seorang pelaku usaha dapat dilihat dari keyakinan dan kemampuan dalam menjalankan usaha. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa para pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga memiliki keyakinan atas usahanya. Hal ini didasarkan pada kemauan dalam memilih usaha genteng, dan latar belakang pekerjaan yang masih relevan. Sikap seseorang yang selalu berfokus pada kewajiban dan hasil dalam usahanya, (Meredith 1996). Selain itu, para pelaku usaha juga memiliki karakteristik yang berorientasi pada hasil, yang dapat dilihat melalui komitmen untuk menjalankan operasional kerja. Para pelaku usaha secara langsung ikut andil dalam menjalankan usaha. Karakter ini berfokus pada kemampuan dalam memperhitungkan resiko, keberanian mengambil keputusan, dan mempunyai strategi dalam menyiasatinya. (Meredith 1996). Dalam kaitannya dengan pengambilan resiko, pelaku usaha selalu menerapkan inovasi dan solusi dalam menekan resiko yang ada. Secara berkala, mereka mencari akar masalah dan menyiapkan solusinya.

Kemampuan seorang pelaku usaha dalam mempengaruhi anggota kelompok untuk tercapainya tujuan, (Meredith 1996). Para pelaku usaha juga memiliki karakter kepemimpinan yang kuat, hal tersebut dapat dilihat dari kemampuan memanager tim, dan menciptakan karyawan yang memiliki satu visi. Dalam menyikapi persaingan dagang yang semakin ketat, Kemampuan dalam menghasilkan ide dan inovasi untuk mengembangkan usahanya, (Meredith 1996). Keorisinilan para pelaku usaha dalam menciptakan terobosan usaha sangat dibutuhkan. Dalam kasus ini, para pelaku usaha selalu melakukan inovasi terutama dalam hal pemasaran untuk memperkuat branding di pasar. Seorang wirausaha harus dapat memiliki pandangan dan poyeksi terhadap usahanya di masa yang akan datang, (Meredith 1996). Namun, para pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga dapat dinilai tidak memiliki orientasi pada masa depan yang cukup kuat. Hal ini terlihat dari rencana usaha yang tidak terlalu kuat, dan mereka tidak memiliki strategi yang jelas dalam kurun waktu kedepan.

Modal merupakan kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan pada waktu yang akan datang. Modal yang digunakan dapat bersumber dari modal sendiri, namun bila ternyata modal sendiri tidak mencukupi dapat ditambah dengan modal pinjaman, (Suryadi Prawiro Sentono dalam Isni Atun 2016;21). Dalam kasus usaha distribusi genteng yang ada di kota Salatiga, mayoritas pelaku usaha memiliki modal pribadi yang terbatas. Sehingga dalam menjalankan usahanya banyak pelaku usaha yang meminjam modal dari bank untuk

membuka atau mengembangkan usahanya. Modal tersebut akan dialokasikan pada pengadaan stok barang dan fasilitas usaha. Stok barang yang memadai dapat meningkatkan probabilitas penjualan kepada konsumen yang akan berdampak pada peningkatan volume penjualan. Sedangkan dengan pengadaan fasilitas yang memadai dari segi penyimpanan dan pengiriman, akan berdampak kepada intensitas pengiriman barang kepada konsumen, yang secara langsung juga berpengaruh kepada volume penjualan. Dapat dilihat bahwa para pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga mengalokasikan modal menjadi fasilitas usaha. Secara umum para pelaku usaha melihat pentingnya modal dalam usaha yang dijalankan. Oleh sebab itu meskipun memiliki modal usaha pribadi yang terbatas, para pelaku usaha akan mengambil opsi kedua yaitu meminjam modal dari bank.

Lokasi penjualan sangat berpengaruh terhadap sejumlah konsumen yang dapat digarapnya, makin jauh dari pasar, konsumen semakin enggan membeli karena biaya transportasi semakin mahal, ( Tarigan dalam Isni Atun, 2016;26). Selanjutnya mengenai lokasi, para pelaku usaha memilih tempat usaha yang berada di pinggir jalan utama. Hal lain yang terjadi di usaha distribusi genteng di Salatiga adalah pelaku usaha memilih lokasi usaha yang dekat atau menyatu dengan tempat tinggal. Alasan utama hal ini adalah efisiensi biaya operasional. Selain itu dekatnya tempat usaha dan tempat tinggal akan mempermudah para pelaku usaha yang secara langsung ikut andil dalam menjalankan usaha, untuk dapat mengontrol operasional usaha.

Promosi merupakan salah satu cara perusahaan melakukan komunikasi kepada konsumen, perusahaan biasanya menggunakan iklan, promosi penjualan, pengerahan tenaga-tenaga penjualan, dan public relations sebagai alat penyampaian pesan-pesan tersebut dengan tujuan dapat menarik dan minat masyarakat, (Kotler, 2007). Dalam kasus usaha distribusi genteng di Salatiga, mayoritas pelaku usaha tahu pentingnya promosi dalam menyikapi persaingan dagang yang ketat. Para pelaku usaha menggunakan media digital dan konvensional sebagai alat untuk membentuk atau mempertahankan awareness konsumen terhadap produk dan usahanya.. para pelaku usaha menginvestasikan modal mereka pada media promosi yang secara berkala diberikan kepada konsumen. Dapat dilihat bahwa semakin gencar seorang pelaku usaha melakukan media promosi akan berdampak pada awareness konsumen yang akan berpengaruh kepada volume penjualan.

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran penetapan harga untuk mencapai atau memperoleh keuntungan. Penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi

produknya berdasarkan kualitas, (Kotler dan Keller yang diambil alih dibahasakan oleh Bob Sabran, 2009;67). Dalam kasus usaha distribusi genteng di Salatiga, para pelaku usaha mendapat supply dari supplier yang sama. Hal tersebut dapat dilihat bahwa modal produk yang dimiliki setiap pelaku usaha sama. Dalam menstabilkan harga, para pelaku usaha selalu melakukan check harga pasar untuk menghindari monopoli harga. Namun, terdapat juga hal lain yang menjadi pertimbangan dasar pelaku usaha dalam menentukan harga jual terhadap konsumen, seperti dasar agama. Secara umum harga yang ditetapkan para pelaku usaha sudah sesuai dengan daya beli masyarakat.

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, (Kotler dan Amstrong, 2012;283). Berkaitan dengan kualitas produk, para pelaku usaha mengontrol kualitas produk yang dipasarkan melalui cara handling produk yang benar. Para pelaku usaha seluruhnya telah memiliki standar penyimpanan produk yang sesuai. Sehingga dapat diasumsikan bahwa kualitas produk yang akan dipasarkan kepada konsumen adalah baik.

## **BAB V PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Wirausaha distribusi genteng di Salatiga yang dianggap berhasil memiliki karakteristik yang hampir sama. Masing-masing setiap pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga memiliki karakteristik yang paling menonjol. Satu dan lainnya memiliki karakteristik wirausaha menonjol yang berbeda, hal ini disebabkan oleh sifat individu dalam menjalankan usaha.

Dari hasil wawancara lima responden pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga empat responden pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga mengatakan bahwa modal merupakan hal penting dalam usaha dan satu responden pelaku usaha distribusi genteng mengatakan ragu-ragu. Tiga responden pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga mengatakan bahwa harga itu penting, satu responden pelaku usaha mengatakan ragu-ragu dan satu responden pelaku usaha mengatakan tidak penting. Empat responden pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh penting dan satu responden pelaku usaha mengatakan tidak berpengaruh penting. Empat responden pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga mengatakan bahwa lokasi merupakan penting dan satu responden pelaku usaha mengatakan tidak penting. Empat responden pelaku usaha distribusi genteng di Salatiga mengatakan bahwa promosi merupakan penting dan satu responden pelaku usaha mengatakan tidak penting.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa dari kelima faktor tidak ada faktor yang dikatakan 100% penting oleh kelima responden. 80% dari responden mengatakan bahwa faktor penting adalah modal, kualitas produk, lokasi, dan promosi. Selanjutnya 60% dari responden mengatakan bahwa faktor harga penting.

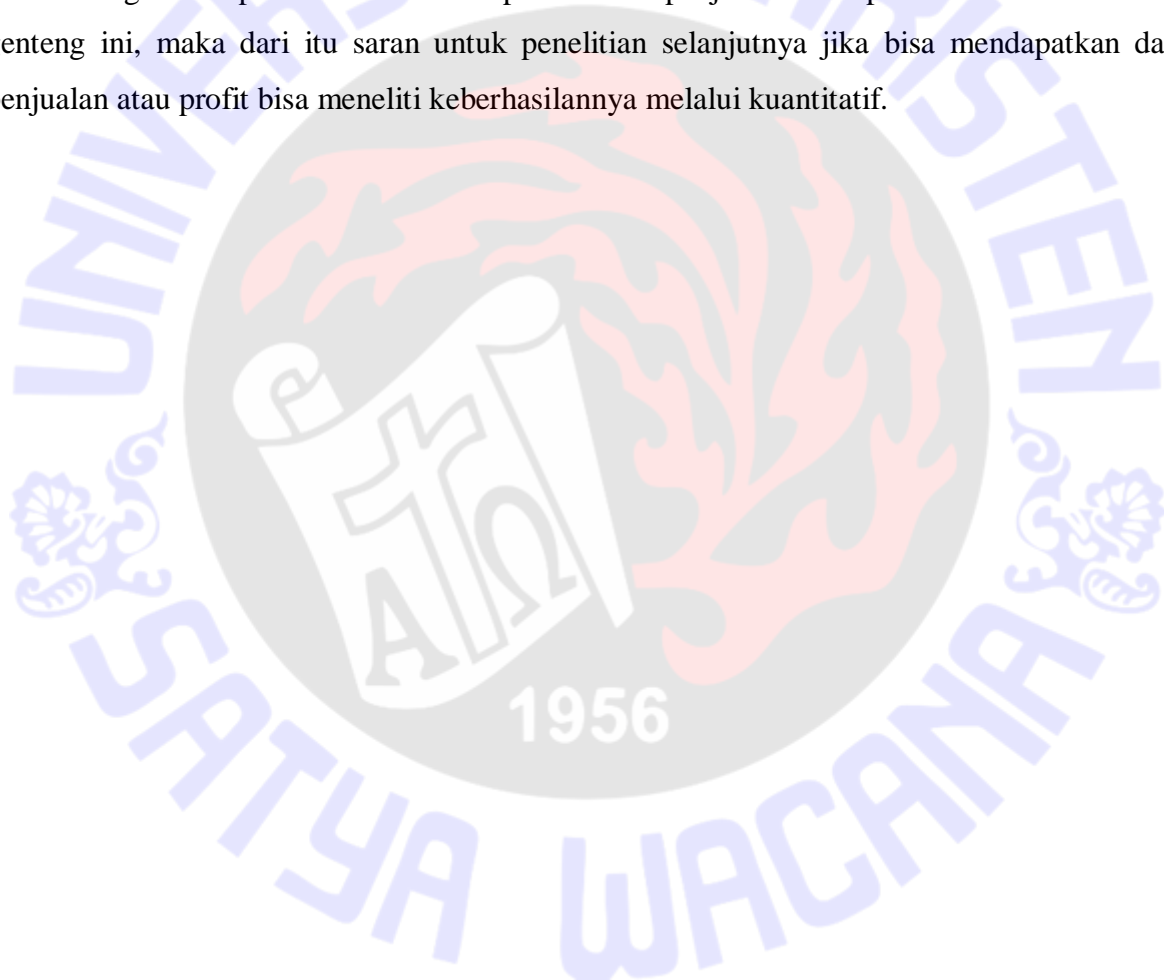
Kelima faktor dan karakter dalam berwirausaha tersebut akan menjadi modal awal dalam usaha. Faktor penentu keberhasilan akan menjadi modal dalam operasional usaha, sedangkan karakter wirausaha akan menjadi modal bagi pelaku usaha dalam menjalankan usaha. Keduanya sama-sama penting untuk menunjang sebuah keberhasilan dalam usaha. Sebuah usaha tidak akan dapat berhasil jika mempunyai faktor penentu keberhasilan operasional tanpa diimbangi karakter wirausaha yang baik, dan sebaliknya.

### **Saran**

Sebagai usaha distributor yang tidak secara langsung memproduksi barang yang dipasarkan, wirausaha distribusi genteng di Salatiga perlu mengembangkan usaha melalui strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan hal yang harus dievaluasi dan dikembangkan oleh usaha distribusi genteng di Salatiga, karena masih banyak pelaku usaha yang tidak memiliki strategi yang baru untuk meningkatkan pemasaran.

#### **Keterbatasan dan saran penelitian lanjut**

Penulis tidak berhasil memperoleh data resmi tentang jumlah usaha distribusi genteng yang ada di Salatiga, oleh karena itu untuk memperoleh jumlah usaha distribusi genteng di Salatiga, penulis melakukan observasi langsung dengan berkeliling di wilayah kota Salatiga. Dan penulis tidak mendapatkan data penjualan atau profit di usaha distribusi genteng ini, maka dari itu saran untuk penelitian selanjutnya jika bisa mendapatkan data penjualan atau profit bisa meneliti keberhasilannya melalui kuantitatif.



## DAFTAR PUSTAKA

Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012, Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih. Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta

Ardiyanta, Oky. 2013. Analisis Strategi Distribusi. PT. Salama Nusantara. Yogyakarta.

Arikunto, Suharsimi, 2005. Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta

Bilson, Simamora. 2001. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama

Budiharto, Widodo. 2005. Panduan Lengkap Belajar Mikrokontroler. Perancangan. Sistem dan Aplikasi Mikrokontroler. Jakarta: PT. Alex Media. Komputindo

Creswell, John W. 1998, *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing. Among Five Traditions*. California: Sage Publication

Danang Sunyoto. 2013. Dasar – dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta. CAPS

Nickels, William G. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty Offset

Nitisemito, Alex S. 2014, Manajemen Personal, Ghalia Indonesia, Jakarta. 2014

Drucker, P.F., 1994, *Innovation and Entrepreneurship*, New York, Harpercollins Publisher

Dun Steinhoff & John F. Burgess, 1993. *Small Business Fundamentals*, Singapura: McGraw Hill Co

Fuad, M, dkk. 2006. Pengantar Bisnis. Cetakan Kelima. Jakarta : PT Gramedia. Pustaka Utama

Geoffrey, G. Meredith, et. Al. 1996. Kewirausahaan Teori Dan Praktek. Jakarta : PT. Pustaka Binaman Presindo

Gitosudarmo Indriyo. 2012. Manajemen Pemasaran. edisi kedua, cetakan kedua. Penerbit : BPFE – Yogyakarta

H. Noeng Muhadjir, 1996. Metodologi Penelitian Kualitatif, Yogyakarta: Rake Sarasin.

Hafsah, M. Jafar. 2014. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah. Jurnal Infokop. Vol.10, No.25.



Isnaini Nurisusilawati, S Subagyo, 2016. Penentuan Strategi Saluran Distribusi Berdasarkan Karakteristik Produk Sukses, Yogyakarta.

Jumaidi Heri, 2012, Hubungan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Perusahaan Kecil Di Pekalongan), Jurnal Manajerial, Vol.11, No 21

Kotler, Philip, 1997, Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (terjemahan Jaka Wasana). Salemba Empat. Jakarta

Kotler & Keller, 2009, Marketing Management, Penerjemah Bob Sabran, Edisi Ketiga Belas, Erlangga Jakarta

Lexy J. Moleong, 1999, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Meredith, Geoffrey. G. 1996, Kewirausahaan: Teori dan Praktek, Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo

Miles, M. B. & Huberman, A. M, 1984, *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. California; SAGE publications Inc

Scarborough, Norman M, Thomas W. Zimmerer, 1993, *Effective Small Business Management 4th ed*. New York : Mac Millan Publishing Company

Stanton, William J, 2012, Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto, Penerbit Erlangga, Jakarta

Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R & D, Bandung : Alfabeta,

Sugiyono. 2012, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sumarsono, Sony. 2010, Kewirausahaan. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sunyoto, Danang. 2013, Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk mengenali Konsumen).PT Buku Seru. Jakarta

Suryana, 2009, Kewirausahaan Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses, Penerbit Salemba Empat, Jakarta

Suyatno dan Sutinah, 2006, Metode Penelitian Kualitatif, Yogyakarta : Arrauz Media.

Sukardi, 2006, Metodologi Penelitian Kependidikan, Jakarta : Bumi Aksara

Swastha dan Irawan, 2000, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2,. Yogyakarta : Liberty

Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta

Widodo, Winarso Drajad, 2005, Jendela Cakrawala Kewirausahaan, IPB Press

William J. Goode dan Paul K. Hatt, 199,. *Methods in social research*, Kogakusa: McGraw-Hill Book Company

Winardi, 1989, Strategi Pemasaran (*Marketing Strategy*), Bandung : Mandar Maju



LAMPIRAN 1. Pertanyaan Wawancara

Nama / Nama Usaha :

Tanggal Wawancara :

1. P : Siapa nama responden ?  
J :
2. P : Darimana asal responden ?  
J :
3. P : Apa jenis kelamin responden ?  
J :
4. P : Berapa usia responden ?  
J :
5. P : Apa pekerjaan terakhir responden ?  
J :
6. P : Apa pendidikan terakhir responden ?  
J :
7. P : Apa nama usaha anda ?  
J :
8. P : Dimana lokasi usaha anda ?  
J :
9. P : Kapan usaha anda pertama kali berdiri ?  
J :
10. P : Berapa usia usaha anda sekarang ?  
J :
11. P : Berapa jumlah karyawan anda ?  
J :
12. P : Darimana produsen dalam usaha anda ?  
J :
13. P : Apa dasar anda menjalankan usaha ini? Dan apakah pilihan ini menurut anda sudah tepat?  
J :
14. P : Bagaimana anda mempertahankan dan mengembangkan usaha anda?  
J :
15. P : Apa yang menjadi target akhir dalam usaha anda?

- J :
16. P : Apa yang anda lakukan untuk mencapai hasil tersebut?
- J :
17. P : Apa yang akan anda lakukan jika usaha anda ini sedang mengalami penurunan?
- J :
18. P : Bagaimana cara anda merealisasikan hal tersebut?
- J :
19. P : Sebagai seorang pimpinan dalam sebuah usaha, hal apa yang harus dimiliki untuk mengelola usaha tersebut?
- J :
20. P : Sebagai seorang pemimpin usaha,hal-hal apa saja yang sudah anda berikan terhadap karyawan anda untuk membantu memajukan usaha anda ?
- J :
21. P : Hal apa yang sudah anda lakukan untuk menjadikan ciri khas usaha anda berbeda dari pesaing lainnya?
- J :
22. P : Inovasi-inovasi apa saja yang sudah anda lakukan untuk mengembangkan usaha ini?
- J :
23. P : Bagaimana anda menggambarkan usaha anda di masa depan?
- J :
24. P : Apa yang anda lakukan untuk mewujudkan hal-hal tersebut?
- J :
25. P : Menurut anda apakah modal menjadi faktor terpenting dalam memulai usaha genteng ini?
- J :
26. P : Apa saja modal (materiaial dan non material) yang anda siapkan pada saat pertama kali memulai usaha?
- J :
27. P : Menurut anda dalam usaha genteng apakah harga menjadi kekuatan jual utama?
- J :

28. P : Bagaimana saudara mengelola daya saing harga pada pasar ini?  
J :
29. P : Menurut anda apakah angka retur barang mempengaruhi gambaran tentang kualitas produk usaha anda dan kemajuan usaha anda ?  
J :
30. P : Menurut anda apakah penanganan produk pada usaha anda sudah maksimal?  
J :
31. P : Bagaimana pengaruh pemilihan tempat usaha pada keberhasilan usaha anda?  
J :
32. P : Bagaimana jangkauan distribusi penjualan barang pada usaha anda?  
J :
33. P : Menurut anda bagaimana peran promosi pada usaha ini?  
J :
34. P : Media promosi apa saja yang anda gunakan dalam mempromosikan usaha anda?  
J :
35. P : Seberapa sering anda mengelola media promosi yang anda gunakan?  
J :

LAMPIRAN 2. Data Responden Penelitian

<b>PERTANYAAN</b>	<b>RESPONDEN 1 MITRA GENTENG</b>
Siapa nama responden ?	Suprasetyo
Darimana asal responden ?	Magetan, 23 Desember 1965
Apa jenis kelamin responden ?	Laki-laki
Berapa usia responden ?	54
Apa pekerjaan terakhir responden ?	Karyawan Swasta
Apa pendidikan terakhir responden ?	D3
Apa nama usaha anda ?	Mitra genteng
Dimana lokasi usaha anda ?	Jl. Diponegoro nomor 92, Sidorejo Lor, Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah.
Kapan usaha anda pertama kali berdiri ?	Tahun 2008
Berapa usia usaha anda sekarang ?	11

Berapa jumlah karyawan anda ?	3
Darimana produsen dalam usaha anda ?	Jawa tengah : Solo, Magelang, Kudus, Kebumen, Jawa Barat : Karawang dan Bogor
Apa dasar anda menjalankan usaha ini? Dan apakah pilihan ini menurut anda sudah tepat?	Pertama saya bekerja di Pt. cocacola dan memutuskan untuk berwirausaha menjadi pedagang distribusi genteng, karena melihat pasar disalatiya yang akan tidak habis.
Bagaimana anda mempertahankan dan mengembangkan usaha anda?	Menjaga pelayanan kepada konsumen, menjaga kualitas barang, menjaga manajemen yang baik
Apa yang menjadi target akhir dalam usaha anda?	Mencari keuntungan untuk berlangsungnya usaha
Apa yang anda lakukan untuk mencapai hasil tersebut?	Bekerja keras dan berusaha semaksimal mungkin.
Apa yang akan anda lakukan jika usaha anda ini sedang mengalami penurunan?	Meminimalkan pengeluaran, dan terus memasarkan produk yang saya jual
Bagaimana cara anda merealisasikan hal tersebut?	Lebih bekerja keras, menambah relasi, menambah promosi.
Sebagai seorang pimpinan dalam sebuah usaha, hal apa yang harus dimiliki untuk mengelola usaha tersebut?	Tegas, disiplin, dan memotivasi karyawan
Sebagai seorang pemimpin usaha, hal-hal apa saja yang sudah anda berikan terhadap karyawan anda untuk membantu memajukan usaha anda?	Saya akan memberikan bonus kepada karyawan saya ketika saya melihat karyawan saya bekerja dengan baik.
Hal apa yang sudah anda lakukan untuk menjadikan ciri khas usaha anda berbeda dari pesaing lainnya?	Jujur kepada konsumen, mengambil laba menurut ajaran agama, mengutamakan kualitas produk.
Inovasi-inovasi apa saja yang sudah anda lakukan untuk mengembangkan usaha ini?	Menambah media promosi, Menambah relasi diluar jangkauan distribusi biasanya.
Bagaimana anda menggambarkan usaha anda di masa depan?	Yang saya harapkan usaha saya bisa lebih berkembang, membuka cabang baru.
Apa yang anda lakukan untuk mewujudkan hal-hal tersebut?	Menambah promosi baik offline maupun online, menambah relasi, memperluas jangkauan pemasaran.
Menurut anda apakah modal menjadi faktor terpenting dalam memulai usaha genteng ini?	Penting karena untuk melengkapi kebutuhan untuk memulai usaha

Apa saja modal (materiaial dan non material) yang anda siapkan pada saat pertama kali memulai usaha?	barang danggangan,dan lokasi penjualan.
Menurut anda dalam usaha genteng apakah harga menjadi kekuatan jual utama?	Iya,karena persaingan harga semakin meningkat.
Bagaimana saudara mengelola daya saing harga pada pasar ini?	Mengikuti harga pasar,mengambil laba seminimal mungkin tapi tetap menjaga kualitas barang.
Menurut anda apakah retur barang mempengaruhi gambaran tentang kualitas produk usaha anda dan kemajuan usaha anda ?	Berpengaruh,walaupun barang dapat ditukar kembali ke pabrik,tetapi image usaha saya terhadap konsumen kurang baik,menyebabkan penurunan pendapatan.
Menurut anda apakah penanganan produk pada usaha anda sudah maksimal?	Sudah maksimal karena barnag-barang diusaha saya sudah saya lindungi dengan
Bagaimana pengaruh pemilihan tempat usaha pada keberhasilan usaha anda?	Sangat berpengaruh karena dengan lokasi yang strategis lebih maksimal untuk memamerkan usaha dan produk saya kepada konsumen dan dapat menarik konsumen secara maksimal.
Bagaimana jangkauan distribusi penjualan barang pada usaha anda?	Salatiga,Kab.Semarang.Semarang,Rembang,Kudus.
Menurut anda bagaimana peran promosi pada usaha ini?	Sangat berpengaruh,semakin saya sering mempromosikan usaha saya semakin banyak juga orang yang melihat dan berminat untuk membeli genteng.
Media promosi apa saja yang anda gunakan dalam mempromosikan usaha anda?	Whatsapp,Instagram,Facebook.
Seberapa sering anda mengelola media promosi yang anda gunakan?	1 minggu sekali.

<b>PERTANYAAN</b>	<b>RESPONDEN 2 EVA GENTENG</b>
Siapa nama responden ?	Nasirun
Darimana asal responden ?	Semarang, 3 Januari 1970
Apa jenis kelamin responden ?	Laki-laki
Berapa usia responden ?	49
Apa pekerjaan terakhir responden ?	Wirausaha
Apa pendidikan terakhir responden ?	S1
Apa nama usaha anda ?	Eva Genteng
Dimana lokasi usaha anda ?	JL. Gunung Payung I nomor 1, Blotongan, Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah.
Kapan usaha anda pertama kali berdiri ?	Tahun 2006
Berapa usia usaha anda sekarang ?	13 tahun

Berapa jumlah karyawan anda ?	3
Darimana produsen dalam usaha anda ?	Jawa tengah : Solo, Magelang, Kudus, Kebumen, Jawa Barat : Karawang dan Bogor
Apa dasar anda menjalankan usaha ini? Dan apakah pilihan ini menurut anda sudah tepat?	Dulu awalnya saya sudah usaha berjualan usaha roti, dengan berjalannya waktu usaha roti mempunyai resiko yang cukup berat jika roti yang saya jual tidak laku maka roti saya akan kadaluarsa, terus saya berpikir untuk merubah usaha saya menjadi usaha produk yang mempunyai daya tahan kadaluarsa yang lama, yaitu saya memutuskan untuk membuka suatu usaha distributor genteng di Salatiga sejak tahun 2006-sekarang ini.
Bagaimana anda mempertahankan dan mengembangkan usaha anda?	Untuk mempertahankan usaha distribusi genteng ini cara saya tetap menjalin hubungan antara produsen dan konsumen dengan baik agar mendapatkan kepercayaan dari kedua pihak.
Apa yang menjadi target akhir dalam usaha anda?	Tujuan akhir dari usaha saya yang pertama pasti untuk mencari laba untuk berlangsungnya hidup, dan dengan saya menjalankan usaha distribusi genteng ini saya ingin mencari laba sebanyak-banyaknya agar saya bisa berbagi kepada orang yang membutuhkan.
Apa yang anda lakukan untuk mencapai hasil tersebut?	Bekerja keras, menambah relasi, menjemput bola
Apa yang akan anda lakukan jika usaha anda ini sedang mengalami penurunan?	bekerja keras dan yang utama saya harus lebih banyak berbagi sesama
Bagaimana cara anda merealisasikan hal tersebut?	Bersabar, berdoa, berusaha semaksimal mungkin
Sebagai seorang pimpinan dalam sebuah usaha, hal apa yang harus dimiliki untuk mengelola usaha tersebut?	Tegas, selalu memotivasi karyawan.
Sebagai seorang pemimpin usaha, hal-hal apa saja yang sudah anda berikan terhadap karyawan anda untuk membantu memajukan usaha anda?	Saya akan memberikan visi misi usaha saya kepada karyawan agar seluruh karyawan memahami dan menjalankan tentang visi misi usaha saya
Hal apa yang sudah anda lakukan untuk menjadikan ciri khas usaha anda berbeda dari pesaing lainnya?	Menerapkan ilmu agama dalam bisnis, jujur dalam kualitas produk, mengganti barang-barang yang rusak
Inovasi-inovasi apa saja yang sudah anda lakukan untuk mengembangkan usaha ini?	Menambah relasi, membuka cabang baru
Bagaimana anda menggambarkan usaha anda di masa depan?	Selalu bertahan, dan ingin bertambah berkembang.
Apa yang anda lakukan untuk mewujudkan hal-hal tersebut?	Bekerja keras, menambah relasi dan mempertahankan hubungan antara saya dengan konsumen



Menurut anda apakah modal menjadi faktor terpenting dalam memulai usaha genteng ini?	Kalau menurut saya modal untuk usaha ini itu penting tetapi juga bisa dikatakan tidak penting jika proses atau jalanya usaha ini seperti pengalaman saya.
Apa saja modal (materiail dan non material) yang anda siapkan pada saat pertama kali memulai usaha?	Modal yang saya siapkan saat akan memulai usaha ini saya menyiapkan uang untuk menyewa lokasi penjualan, stok barang, dan mobil.
Menurut anda dalam usaha genteng apakah harga menjadi kekuatan jual utama?	Tidak, karena di usaha yang saya jalankan ini saya lebih mengutamakan kualitas produk yang saya jual, lebih baik harga sedikit mahal kualitas produk bagus daripada harga murah kualitas produk tidak bagus.
Bagaimana saudara mengelola daya saing harga pada pasar ini?	Seperti yang sudah katakan tadi, Saya mengutamakan kualitas produk yang saya jual.
Menurut anda apakah retur barang mempengaruhi gambaran tentang kualitas produk usaha anda dan kemajuan usaha anda ?	berpengaruh terhadap kemajuan usaha saya tetapi barang yang rusak dapat ditukarkan ke pabrik.
Menurut anda apakah penanganan produk pada usaha anda sudah maksimal?	Belum maksimal, karena belum semuanya tertata secara rapi.
Bagaimana pengaruh pemilihan tempat usaha pada keberhasilan usaha anda?	Berpengaruh karena dengan tempat yang strategis dapat menarik konsumen
Bagaimana jangkauan distribusi penjualan barang pada usaha anda?	Jangkauan distribusi selama ini saya pernah mengirim ke kota Jogja, Blitar, Salatiga, Kab. Semarang
Menurut anda bagaimana peran promosi pada usaha ini?	Penting karena untuk membantu proses memperoleh pendapatan.
Media promosi apa saja yang anda gunakan dalam mempromosikan usaha anda?	Facebook, Whatsapp.
Seberapa sering anda mengelola media promosi yang anda gunakan?	1 bulan sekali.

<b>PERTANYAAN</b>	<b>RESPONDEN 3 DADI RAPI</b>
Siapa nama responden ?	Ibu Djumadi
Darimana asal responden ?	Salatiga, 16 Januari 1956
Apa jenis kelamin responden ?	Perempuan
Berapa usia responden ?	63
Apa pekerjaan terakhir responden ?	Sales
Apa pendidikan terakhir responden ?	SMA
Apa nama usaha anda ?	Dadi Rapi
Dimana lokasi usaha anda ?	JL. Fatmawati, Blotngan, Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah
Kapan usaha anda pertama kali berdiri ?	Tahun 1982

Berapa usia usaha anda sekarang ?	37 tahun
Berapa jumlah karyawan anda ?	5
Darimana produsen dalam usaha anda ?	Jawa tengah : Solo, Magelang, Kudus, Kebumen, Jawa Barat : Karawang dan Bogor
Apa dasar anda menjalankan usaha ini? Dan apakah pilihan ini menurut anda sudah tepat?	Pada awalnya saya memulai sebagai sales genteng pada tahun 1982, pada saat itu motivasi saya hanya menjual barang ke tetangga-tetangga saja tapi setelah berjalan saya mulai meminjam modal untuk membesarkan usaha, dan akhirnya setelah beberapa tahun saya mendapat pinjaman modal besar dari bank.
Bagaimana anda mempertahankan dan mengembangkan usaha anda?	Kuncinya hanya satu yaitu setiti
Apa yang menjadi target akhir dalam usaha anda?	Ya saya tetap berharap usaha saya tetap berjalan lancar dan omset tetap ada.
Apa yang anda lakukan untuk mencapai hasil tersebut?	Tetap memberikan servis kepada pelanggan dan tidak memberi harga yang sangat tinggi karena pesaingnya sudah banyak.
Apa yang akan anda lakukan jika usaha anda ini sedang mengalami penurunan?	Pengeluaran harus lebih di irit.
Bagaimana cara anda merealisasikan hal tersebut?	Dengan cara menghemat biaya operasional seperti tidak menggunakan sales
Sebagai seorang pimpinan dalam sebuah usaha, hal apa yang harus dimiliki untuk mengelola usaha tersebut?	Ya kita harus mengayomi seluruh karyawan.
Sebagai seorang pemimpin usaha, hal-hal apa saja yang sudah anda berikan terhadap karyawan anda untuk membantu memajukan usaha anda?	Saya akan selalu membuat seluruh karyawan saya paham akan kondisi perusahaan saya.
Hal apa yang sudah anda lakukan untuk menjadikan ciri khas usaha anda berbeda dari pesaing lainnya?	Kami melayani semua konsumen dengan sabar, toko kami paling lengkap karena tidak hanya menjual genteng tapi juga menjual aksesoris lainnya, usaha ini juga sudah berdiri lama sejak tahun 1982 jadi usaha kami adalah salah satu usaha genteng tertua di Salatiga.
Inovasi-inovasi apa saja yang sudah anda lakukan untuk mengembangkan usaha ini?	Selalu mengatur harga agar tidak kalah bersaing.
Bagaimana anda menggambarkan usaha anda di masa depan?	Ya semoga usahanya tetap ada, dan pesanan tetap ada.
Apa yang anda lakukan untuk mewujudkan hal-hal tersebut?	Tetap memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen
Menurut anda apakah modal menjadi faktor terpenting dalam memulai usaha genteng ini?	Ya penting. Modal uang itu penting dalam membuka usaha jika tidak ada modal uang tidak bisa mengembangkan usaha.

Apa saja modal (materiaial dan non material) yang anda siapkan pada saat pertama kali memulai usaha?	Hanya punya modal sepeda motor satu dan tidak punya modal uang,karena dulu barang-barangnya merupakan barang titipan dari pabrik genteng
Menurut anda dalam usaha genteng apakah harga menjadi kekuatan jual utama?	Iya,harga merupakan hal yang sangat penting apalagi disaat sekarang ini usaha-usaha serupa sudah banyak,jadi kalau kalah harga kemungkinan besar tidak akan laku
Bagaimana saudara mengelola daya saing harga pada pasar ini?	Dengan selalu memberikan harga yang bersaing.
Menurut anda apakah retur barang mempengaruhi gambaran tentang kualitas produk usaha anda dan kemajuan usaha anda ?	Rerur memang menjadi beban bagi usaha,tetapi retur itu merupakan bentuk komitmen yang kita berikan kepada pelanggan dengan tujuan kepercayaan pelanggan tetap terjaga.
Menurut anda apakah penanganan produk pada usaha anda sudah maksimal?	Sudah maksimal semua barang sudah ditutupi menggunakan kanopi.
Bagaimana pengaruh pemilihan tempat usaha pada keberhasilan usaha anda?	Sangat penting alasan kami mempunyai toko di pinggir jalan agar lebih dekat dengan konsumen.
Bagaimana jangkauan distribusi penjualan barang pada usaha anda?	Kalau usaha kami sampai daerah Kab,semarang dan Salatiga.
Menurut anda bagaimana peran promosi pada usaha ini?	Tidak penting,karena kami sudah mempunyai banyak konsumen loyal dari jaman dulu.
Media promosi apa saja yang anda gunakan dalam mempromosikan usaha anda?	tidak mempunyai media promosi.
Seberapa sering anda mengelola media promosi yang anda gunakan?	Tidak ada.

<b>PERTANYAAN</b>	<b>RESPONDEN 4 TENTREM JAYA</b>
Siapa nama responden ?	Andi Harsoyo
Darimana asal responden ?	Salatiga, 1 Juli 1974
Apa jenis kelamin responden ?	Laki-laki
Berapa usia responden ?	45
Apa pekerjaan terakhir responden ?	Karyawan swasta
Apa pendidikan terakhir responden ?	D3
Apa nama usaha anda ?	Tentrem Jaya
Dimana lokasi usaha anda ?	Jalan raya Sidomulyo, Mangunsari, Sidomukti, Kota Salatiga, Jawa Tengah.
Kapan usaha anda pertama kali berdiri ?	Tahun 2011
Berapa usia usaha anda sekarang ?	8 tahun
Berapa jumlah karyawan anda ?	3
Darimana produsen dalam usaha anda ?	Jawa tengah : Solo,Magelang,Kudus,Kebumen, Jawa Barat :Karawang dan Bogor

<p>Apa dasar anda menjalankan usaha ini? Dan apakah pilihan ini menurut anda sudah tepat?</p>	<p>Saya hanya meneruskan usaha dari orang tua.</p>
<p>Bagaimana anda mempertahankan dan mengembangkan usaha anda?</p>	<p>Selalu melakukan penambahan modal untuk ketersediaan stok barang.</p>
<p>Apa yang menjadi target akhir dalam usaha anda?</p>	<p>Usaha yang selalu berkembang dan bisa membuka cabang.</p>
<p>Apa yang anda lakukan untuk mencapai hasil tersebut?</p>	<p>dengan melakukan penekanan terhadap pengeluaran yang tidak perlu.</p>
<p>Apa yang akan anda lakukan jika usaha anda ini sedang mengalami penurunan?</p>	<p>Berdoa,dan mengupayakan untuk mengambil laba yang minim.</p>
<p>Bagaimana cara anda merealisasikan hal tersebut?</p>	<p>Berusaha,dan menjual barang dengan laba minim agar tetap ada penjualan dan pemasukan.</p>
<p>Sebagai seorang pimpinan dalam sebuah usaha, hal apa yang harus dimiliki untuk mengelola usaha tersebut?</p>	<p>Harus bersikap tegas dan profesional</p>
<p>Sebagai seorang pemimpin usaha,hal-hal apa saja yang sudah anda berikan terhadap karyawan anda untuk membantu memajukan usaha anda?</p>	<p>Saya akan menanamkan nilai-nilai kejujuran dan kerja keras terhadap karyawan.</p>
<p>Hal apa yang sudah anda lakukan untuk menjadikan ciri khas usaha anda berbeda dari pesaing lainnya?</p>	<p>Pengiriman yang lebih cepat dari pesaing-pesaing lainnya.</p>
<p>Inovasi-inovasi apa saja yang sudah anda lakukan untuk mengembangkan usaha ini?</p>	<p>Pendekatan kepada konsumen,dan memberikan tunjangan terhadap karyawan.</p>
<p>Bagaimana anda menggambarkan usaha anda di masa depan?</p>	<p>Usaha saya akan tetap berkembang di masa depan dan bisa membuka cabang baru</p>
<p>Apa yang anda lakukan untuk mewujudkan hal-hal tersebut?</p>	<p>Berdoa dan bekerja keras.</p>
<p>Menurut anda apakah modal menjadi faktor terpenting dalam memulai usaha genteng ini?</p>	<p>Penting tapi hanya 50% saja karena saya hanya meneruskan usaha yang sudah berjalan,jadi modal itu hanya digunakan untuk menunjang operasional.</p>
<p>Apa saja modal (materiaial dan non material) yang anda siapkan pada saat pertama kali memulai usaha?</p>	<p>Mobil,barang danggangan,dan bangunan.</p>
<p>Menurut anda dalam usaha genteng apakah harga menjadi kekuatan jual utama?</p>	<p>Tidak selalu dan hanya berprosentasi 50%,50% lainnya yang lebih penting adalah kedekatan kepada pelanggan.</p>
<p>Bagaimana saudara mengelola daya saing harga pada pasar ini?</p>	<p>Mengikuti harga pasar,namun kebanyakan konsumen merupakan konsumen loyal</p>

Menurut anda apakah retur barang mempengaruhi gambaran tentang kualitas produk usaha anda dan kemajuan usaha anda ?	Berpengaruh.
Menurut anda apakah penanganan produk pada usaha anda sudah maksimal?	Belum maksimal,karena masih ada barang yang seharusnya ditutupi tapi belum bisa untuk menutupi.
Bagaimana pengaruh pemilihan tempat usaha pada keberhasilan usaha anda?	Tidak berpengaruh karena sudah memiliki pelanggan dan konsumen yang tetap.
Bagaimana jangkauan distribusi penjualan barang pada usaha anda?	Salatiga,Kab.Semarang.
Menurut anda bagaimana peran promosi pada usaha ini?	Sangat berpengaruh.
Media promosi apa saja yang anda gunakan dalam mempromosikan usaha anda?	Kaos dan Kalender
Seberapa sering anda mengelola media promosi yang anda gunakan?	1 tahun dua kali.

<b>PERTANYAAN</b>	<b>RESPONDEN 5 MEKAR JAYA</b>
Siapa nama responden ?	Heri Sugiasto
Darimana asal responden ?	Kudus, 20 Oktober 1975
Apa jenis kelamin responden ?	Laki-laki
Berapa usia responden ?	44
Apa pekerjaan terakhir responden ?	Wirausaha
Apa pendidikan terakhir responden ?	SMA
Apa nama usaha anda ?	Mekar Jaya
Dimana lokasi usaha anda ?	JL.Osamaliki nomor 26, Sidorejo Lor,Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah.
Kapan usaha anda pertama kali berdiri ?	Tahun 2010
Berapa usia usaha anda sekarang ?	9 tahun
Berapa jumlah karyawan anda ?	3
Darimana produsen dalam usaha anda ?	Jawa tengah : Solo,Magelang,Kudus,Kebumen, Jawa Barat :Karawang dan Bogor
Apa dasar anda menjalankan usaha ini? Dan apakah pilihan ini menurut anda sudah tepat?	Sebenarnya usaha ini sudah dari usaha orang tua saya yang berada di kota Kudus,melihat peluang usaha di kota Salatiga disini saya hanya meneruskan usaha orang tua saya untuk membuka cabang di Kota Salatiga.
Bagaimana anda mempertahankan dan mengembangkan usaha anda?	Untuk mempertahankan usaha distribusi genteng ini di Kota Salatiga saya harus bekerja keras agar dapat bertahan dan bersaing dengan pedagan genteng yang sudah ada di Salatiga.

<p>Apa yang menjadi target akhir dalam usaha anda?</p>	<p>Tujuan saya membuka usaha ini disini untuk menambah perolehan profit dalam usaha keluarga saya.</p>
<p>Apa yang anda lakukan untuk mencapai hasil tersebut?</p>	<p>Saya disini akan mengutamakan kualitas produk dengan menekan harga seminimal mungkin dan pelayanan terhadap para konsumen.</p>
<p>Apa yang akan anda lakukan jika usaha anda ini sedang mengalami penurunan?</p>	<p>Pastinya berdoa,dan saya akan memperkuat pemasaran,dan meminimkan laba sementara</p>
<p>Bagaimana cara anda merealisasikan hal tersebut?</p>	<p>Dengan bekerja lebih keras.</p>
<p>Sebagai seorang pimpinan dalam sebuah usaha, hal apa yang harus dimiliki untuk mengelola usaha tersebut?</p>	<p>Adil terhadap karyawan-karyawan saya, dan saya akan memberikan bonus kepada karyawan yang bekerja dengan baik dalam membantu usaha saya ini.</p>
<p>Sebagai seorang pemimpin usaha,hal-hal apa saja yang sudah anda berikan terhadap karyawan anda untuk membantu memajukan usaha anda?</p>	<p>Saya akan siap membantu atau terjun langsung ke lapangan untuk membantu karyawan saya.</p>
<p>Hal apa yang sudah anda lakukan untuk menjadikan ciri khas usaha anda berbeda dari pesaing lainnya?</p>	<p>Kualitas produk yang bagus,dan jasa pengiriman gratis untuk salatiga dan sekitarnya.</p>
<p>Inovasi-inovasi apa saja yang sudah anda lakukan untuk mengembangkan usaha ini?</p>	<p>Hanya satu inovasi saya dalam usaha ini adalah memodifikasi warna genteng dengan cara menawarkan kepada konsumen.</p>
<p>Bagaimana anda menggambarkan usaha anda di masa depan?</p>	<p>Semakin berkembang, menguasai pasar di Salatiga,dan terus membuka cabang di kota-kota lainya.</p>
<p>Apa yang anda lakukan untuk mewujudkan hal-hal tersebut?</p>	<p>Bekerja keras, meminimalkan pengeluaran untuk mendapatkan pendapatan yang lebih banyak.</p>
<p>Menurut anda apakah modal menjadi faktor terpenting dalam memulai usaha genteng ini?</p>	<p>Kalau menurut saya modal untuk usaha ini itu penting karena saya harus menyiapkan semuanya.</p>
<p>Apa saja modal (materiaial dan non material) yang anda siapkan pada saat pertama kali memulai usaha?</p>	<p>Modal yang saya siapkan saat akan memulai usaha ini saya menyiapkan lokasi penjualan,stok barang,alat promosi,dan promosi.</p>
<p>Menurut anda dalam usaha genteng apakah harga menjadi kekuatan jual utama?</p>	<p>Iya mas, karena saya menimilkan harga dengan menjual barang dengan kualitas yang baik.</p>
<p>Bagaimana saudara mengelola daya saing harga pada pasar ini?</p>	<p>Saya terus memantau harga pasar,dan mengikuti harga pasar jika bisa di rendahkan harganya saya akan merendahkan harga dengan mengambil laba yang sedikit.</p>
<p>Menurut anda apakah retur barang mempengaruhi gambaran tentang kualitas produk usaha anda dan kemajuan usaha anda ?</p>	<p>Sedikit menghambat untuk kemajuan usaha saya tetapi ya itu salah satu resiko seorang wirausaha.</p>

Menurut anda apakah penanganan produk pada usaha anda sudah maksimal?	Sudah maksimal.
Bagaimana pengaruh pemilihan tempat usaha pada keberhasilan usaha anda?	Sangat berpengaruh karena dengan tempat yang strategis mudah di jangkau akan lebih sering dilihat oleh konsumen.
Bagaimana jangkauan distribusi penjualan barang pada usaha anda?	Jogja, Salatiga, Kab. Semarang.
Menurut anda bagaimana peran promosi pada usaha ini?	Sangat penting karena untuk memperkenalkan toko dan produk saya yang saya jual kepada konsumen.
Media promosi apa saja yang anda gunakan dalam mempromosikan usaha anda?	MMT, FB, WA, LINE.
Seberapa sering anda mengelola media promosi yang anda gunakan?	1 minggu sekali.

### LAMPIRAN 3. DOKUMENTASI

Tentrem Jaya :



Dadi Rapi :





Mekar Jaya :



Rva Genteng :



Mitra Genteng :








**LEMBAR PERSETUJUAN REVISI**

NIM / Nama : 212014178 / Annafi Gigih Laksono  
Judul Tugas Akhir : WIRAUHAHA DISTRIBUSI GENTENG DAN FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN  
PERIODE UJIAN : Agustus 2019 Ruang : 325

**POKOK - POKOK YANG DIREVISI**

- perumusan abstrak, kutipan dan daftar pustaka
- banyak pengulangan kalimat, perlu disingkat.
- banyak pernyataan yg subjektif perlu didukung dg data (sumber data)
- cara menulis kutipan perlu dicek
- penggunaan skoring, klaim berani harus didukung fakta / pernyataan yg ada
- Penilaian skor sebaiknya di Brang tetapi ~~masih~~ sebaiknya fakta
- Kesimpulan dan saran perlu ditinjau ulang

Salatiga, 29 Agustus 2019

  
( ROS )

TIM PENGUJI

  
( KIE )


  
( ALD )

TUGAS AKHIR TELAH DIREVISI SESUAI CATATAN PENGUJI

Mengetahui Pembimbing,

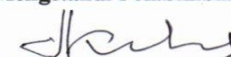
  
( Roos Kities Andadari, SE., MBA., Ph.D )

Salatiga, 31 9 2019  
Mahasiswa


  
( Annafi Gigih L )

PERNYATAAN FINALISASI\* TUGAS AKHIR

Mengetahui Pembimbing,

  
( Roos Kities Andadari, SE., MBA., Ph.D )

Salatiga, 31 9 2019  
Mahasiswa

  
( Annafi Gigih L )

\*File TA yang diserahkan merupakan file final setelah revisi dan sesuai dengan panduan tata tulis TA untuk diserahkan ke Fakultas dan Perpustakaan Universitas.