

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pendahuluan

Dalam bab bab 4 ini peneliti akan melakukan penjelasan mengenai proses induksi variabel laten yang dicantumkan pada tabel analisa antara pemilik, karyawan dan pembeli. Dalam penelitian ini akan mendeskripsikan variabel laten yang didukung pada pembentukan proposisi dan kajian literatur yang mendukung atau menentang penemuan.

4.2 Definisi Variabel Laten

Variabel merupakan nilai-nilai kesatuan yang dapat beragam saat melakukan objek penelitian diwaktu yang sama ataupun saat yang berbeda (Sekaran & Bougie, 2016). Variabel laten ini akan ditemukan dalam penelitian ketika sudah melakukan *coding* yang diperoleh dari kutipan informasi dari informan dalam penelitian yang dimasukan pada tabel analitik (Zhang et al., 2019). Penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan catatan lapangan yang diinterpretasikan menjadi hasil data. Berikut ini merupakan variabel laten dalam penelitian:

4.2.1 Pengalaman Bekerja (Variabel 1/V1)

Pengalaman sangat penting bagi bisnis karena akan membentuk ekspektasi konsumen mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Pengalaman bekerja dapat berdasarkan pancaindra manusia seperti suara, bau, lingkungan tempat berjualan, produk dan pelayanannya (Mahony et al., 2012). Pengalaman bekerja dari pemilik yakni ibu Yennie ialah dari awal timbulnya niat membuka usaha di Kota Rangkas Bitung karena belum ada yang berbisnis di bidang sparepart variasi bermotor, jadi

ibu Yennie optimis bahwa perusahaan Didi Motor akan berhasil. Perusahaan Didi Motor sudah berdiri saat 2001 akhir Agustus, pengalaman khusus sebenarnya tidak ada namun pemilik belajar sendiri (spontan) dalam memahami Motor dari nol sampai lumayan besar bisnisnya.

4.2.2 Peluang Bisnis (Variabel 2/ V2)

Peluang bisnis ialah kesempatan yang diambil oleh pengusaha dalam memenuhi permintaan pasar melalui sumber daya yang kreatif dengan tujuan untuk dapat memberikan nilai yang unggul (Kuckertz et al., 2016). Peluang bisnis yang dimiliki oleh perusahaan Didi Motor ialah waktu awal berdirinya perusahaan Didi Motor di Rangkas Bitung belum ada yang menjual sparepart Motor sehingga perusahaan ini merupakan perusahaan pertama yang buka (keterangan dari Ibu Yennie sebagai pemilik), kelengkapan dalam suku cadang dan spartpart yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya (keterangan wawancara dari ibu Yennie).

4.2.3 Lokasi strategis (Variabel 3/V3)

Lokasi strategis merupakan lokasi yang efisien dan optimal yang dipilih oleh perusahaan untuk memulai usahanya sesuai dengan kebutuhan pasar (Glatte, 2015). Perusahaan Didi Motor memiliki lokasi yang baik karena tidak adanya pesaing yang menjual sparepart dan suku cadang selengkap yang dijual oleh perusahaan Didi Motor (keterangan wawancara dari ibu Yennie, karyawan dan pembeli).

4.2.4 Keberagaman Produk (Variabel 4/V4)

Produk merupakan metode dalam inovasi bisnis untuk menemukan banyaknya pelanggan dengan banyaknya produk yang ada (Kesavapanikkar et al., 2023). Keberagaman dalam produk yang dibutuhkan oleh bisnis karena untuk dapat memenuhi keinginan konsumen dan menjadi keunggulan dari kompetitor. Perusahaan Didi Motor memiliki menjual sparepart dan suku cadang yang lengkap serta layanan yang baik (keterangan wawancara dari ibu Yennie, karyawan dan pembelinya).

4.2.5 Harga bersaing (Variabel 5/ V5)

Harga bersaing merupakan proses pemilihan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menentukan harga yang pas untuk produk atau layanan yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen dan dapat bersaing dengan pesaing dipasar (Gupta et al., 2021) Perusahaan Didi Motor memiliki harga yang dapat bersaing dengan baik dengan pesaing karena memiliki harga yang murah, layanan yang baik dan produk yang baik (dikutip dari wawancara dengan konsumen).

4.2.6 Ketersediaan Produk yang Konsisten (Variabel 6/ V6)

Produk merupakan metode dalam inovasi bisnis untuk menemukan banyaknya pelanggan dengan banyaknya produk yang ada (Kesavapanikkar et al., 2023). Ketersediaan produk yang konsisten ialah kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat mampu membuat bisnis akan sukses karena adanya banyak *stock* sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan juga menarik target pasar. Perusahaan Didi Motor memiliki kelengkapan produk dan *stock* yang banyak

sehingga konsumen dapat membeli produk yang diinginkannya, sesuai kebutuhannya konsumen.

4.2.7 Arahan Kerja yang Konsisten(Variabel 7/ V7)

Kepercayaan terhadap Arahan Kerja yang Konsisten merupakan bentuk kepatuhan yang dilakukan oleh pekerja dan konsumen dalam menangkap prinsip moral dan etika yang dilakukan oleh pemilik dalam memberikan arahan dalam menjalankan bisnisnya (Gupta et al., 2021). Berdasarkan wawancara yang dilakukan dapat diketahui bahwa karyawan yakni Bapak Souw Rudy memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi kepada pemilik yakni Ibu Yennie, memiliki hubungan kinerja antara bos dengan karyawan sudah ada 20 tahun yang lalu, dan percaya akan *briefing* dan SOP yang dilakukan.

4.2.8 Kemampuan menguasai tipe sparepart motor (Variabel 8/ V8)

Kemampuan ialah aspek penting dalam mengelolah bisnis, aspek ini berfungsi sebagai modal dari setiap individu untuk dapat mempunyai kemampuan yang berbeda-beda, yang diukur dari skor dan kemampuan mental (Robinson, 2012). Kemampuan ini hal yang penting untuk menonjolkan usaha yang dimiliki. Perusahaan Didi Motor memiliki kemampuan yang baik dalam industri otomotif yakni bagian sparepart dan suku cadang, yang diperoleh dari pengalaman pembuatan yakni 2001, hingga sekarang yang memiliki pengalaman lebih dari 22 tahun.

4.2.9 Bonus Berdasarkan Penjualan (Variabel 9/V9)

Kompensasi merupakan kemampuan dan tanggung jawab yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan kontribusi pada karyawannya, sebagai

apresiasi atas tindakan yang dilakukan oleh karyawan terhadap perusahaan yang dilihat dari pekerjaan dan kinerjanya yang mencapai *targeting* (Darma & Supriyanto, 2017). Perusahaan Didi Motor memberikan kompensasi pada karyawannya dengan memberikan bonus, jaminan hari tua dan THR, yang dimana menurut karyawannya merupakan hal yang baik dan memuaskan bagi karyawan tersebut. Besarnya THR sebanyak 3.5 juta lalu untuk bonus 1 juta perbulan untuk pak rudy(karyawan) dan jika montir THR sebanyak 1,5 dan untuk bonusnya 500 perbulannya yakni untuk Bapak Hendra.

4.2.10 E-WOM(Variabel 10/ V10)

E-WOM merupakan cara pencapaian informasi menggunakan banyak cara misalnya secara langsung ataupun tidak langsung, misalnya jika secara langsung misalnya dari omongan orang, namun secara tidak langsung melalui media sosial. Definisi dari *Word of mouth* ialah pertukaran dari informasi antara konsumen yang sedemikian rupa sehingga dapat memainkan peran yang mendasar dalam memberi tahu produk atau layanan yang mereka pakai (Fakhrudin,2021). Konsumen dari perusahaan Didi Motor mengatakan bahwa mengenal perusahaan Didi Motor dari omongan teman perbengkelan dan media sosial sejak lama.

4.2.11 Keunggulan Kompetitif (Variabel 11/V11)

keunggulan kompetitif terkait dengan berbagai faktor seperti merek, kualitas dalam penawaran produk, struktur biaya, layanan pelanggan, kekayaan intelektual dan jaringan distribusi. keunggulan kompetitif menurut (Zhang et al., 2023) menyatakan bahwa suatu perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk dapat merespon peluang lingkungan eksternal sambil menghindari

adanya kelemahan dari pihak internal perusahaan maupun kelebihan dari pihak eksternal.

4.3 Proposisi

4.3.1 Proposisi 1(P1): Pengalaman bekerja (V1) berkontribusi dengan Keunggulan Kompetitif (V11)

Pengalaman berdasarkan pancaindra manusia seperti suara, bau, lingkungan tempat berjualan, produk dan pelayanannya (Mahony et al., 2012). Pengalaman dalam bekerja memiliki peran penting dalam diri seseorang untuk memahami dan mempelajari situasi pada industri yang akan diambil. Pengalaman bekerja dapat dimiliki dari segala macam hal dari kegiatan yang dilakukan.

Pengalaman bekerja dari pemilik yakni ibu Yennie ialah dari awal timbulnya niat membuka usaha di kota Rangkas Bitung karena belum ada yang berbisnis di bidang sparepart variasi bermotor, jadi ibu Yennie optimis bahwa perusahaan Didi Motor akan berhasil. Perusahaan Didi Motor sudah berdiri saat 2001 akhir agustus, pengalaman khusus sebenarnya tidak ada namun pemilik belajar sendiri (spontan) dalam memahami sparepart Motor dari nol sampai lumayan besar bisnisnya, berikut ini merupakan pernyataan dari Ibu Yennie selaku pemilik:

“sebelum memulai usahanya ia bekerja di english first diPluit Menteng, saat setelah lulus d3 diTrisakti. Berdirinya perusahaan Didi Motor ialah karena keinginan dari pemilik ingin usaha sendiri, setelah menikah. Saya memilih bisnis ini karena diKota Rangkas Bitung belum ada yang berbisnis di bidang Sparepart variasi bermotor, jadi saya optimis bahwa perusahaan Didi Motor akan berhasil. Perusahaan Didi Motor sudah berdiri saat 2001 akhir agustus, pengalaman khusus sebenarnya tidak ada namun pemilik belajar sendiri (spontan) dalam memahami Motor dari nol sampai lumayan besar”- Ibu Yennie selaku pemilik

Dalam pengalaman bekerja dapat membantu Ibu Yennie dalam menjalankan bisnisnya dengan memahami kemampuan konsumen dan karyawan sesuai dengan aturan dan SOP yang ada.

4.3.2 Proposisi 2 (P2): Peluang Bisnis (V2) berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V11)

Peluang bisnis ialah kesempatan yang diambil oleh pengusaha dalam memenuhi permintaan pasar melalui sumber daya yang kreatif dengan tujuan untuk dapat memberikan nilai yang unggul (Kuckertz et al., 2016). Peluang bisnis yang dimiliki oleh perusahaan Didi Motor ialah waktu awal berdirinya perusahaan Didi Motor di Rangkas Bitung belum ada yang menjual sparepart Motor sehingga perusahaan ini merupakan perusahaan pertama yang buka (keterangan dari Ibu Yennie sebagai pemilik), kelengkapan dalam suku cadang dan spartpart yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya dan layanan yang baik(keterangan wawancara dari ibu Yennie, karyawan dan pembelinya) berikut ini merupakan pernyataannya:

“Saya memilih bisnis ini karena di Kota Rangkas Bitung belum ada yang berbisnis di bidang Sparepart variasi berMotor, jadi saya optimis bahwa perusahaan Didi Motor akan berhasil”- Ibu Yennie(Pemilik)

4.3.3 Proposisi 3 (P3): Lokasi Strategis (V3) berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V11)

Lokasi strategis merupakan lokasi yang efisien dan optimal yang dipilih oleh perusahaan untuk memulai usahanya sesuai dengan kebutuhan pasar (Glatte,2015). Perusahaan Didi Motor memiliki lokasi yang strategis karena tidak adanya pesaing yang menjual sparepart dan suku cadang selengkap yang dijual oleh perusahaan Didi Motor(keterangan wawancara dari ibu Yennie, karyawan dan

pembelinya). Berikut ini merupakan pernyataan dari Ibu Yennie selaku pemilik, Souw Rudy (Karyawan), Alawi(Pembeli), Nandi(Pembeli) dan Rian(Pembeli):

“Saya memilih bisnis ini karena di Kota Rangkas Bitung belum ada yang berbisnis di bidang Sparepart variasi bermotor, jadi saya optimis bahwa perusahaan Didi Motor akan berhasil”- Ibu Yennie(Pemilik)

“Lokasi yang gampang di cari orang”-Hendra(Karyawan)

“Tidak perlu jauh karena saya yakin barang yang saya cari pasti ada”- Rian(Pembeli)

4.3.4 Proposisi (P4): Keragaman Produk (V4) berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V11)

Produk merupakan metode dalam inovasi bisnis untuk menemukan banyaknya pelanggan dengan banyaknya produk yang ada (Kesavapanikkar et al., 2023). Keberagaman dalam produk yang dibutuhkan oleh bisnis karena untuk dapat memenuhi keinginan konsumen dan menjadi keunggulan dari kompetitor. Perusahaan Didi Motor memiliki menjual sparepart dan suku cadang yang lengkap serta layanan yang baik (keterangan wawancara dari ibu Yennie, karyawan dan pembelinya). Berikut ini merupakan pernyataan dari Ibu Yennie selaku pemilik, dan Bapak Alawi(Pembeli).

“Saya memilih bisnis ini karena di kota Rangkas Bitung belum ada yang berbisnis di bidang Sparepart variasi bermotor, jadi saya optimis bahwa perusahaan Didi Motor akan berhasil. Perusahaan Didi Motor memiliki lokasi yang strategis karena tidak adanya pesaing yang menjual spareparts dan suku cadang selengkap yang dijual oleh perusahaan Didi Motor”.

4.3.5 Proposisi (P5): Harga bersaing (Variabel 5/ V5)berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V11)

Harga bersaing merupakan proses pemilihan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menentukan harga yang pas untuk produk atau layanan yang

ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen dan dapat bersaing dengan pesaing dipasar (Gupta et al., 2021). Perusahaan Didi Motor memiliki harga yang dapat bersaing dengan baik dengan pesaing karena memiliki harga yang murah, layanan yang baik dan produk yang baik (dikutip dari wawancara dengan konsumen):

“harga produk yang sesuai”- Bapak Alawi

“harga yang pas”- Bapak Nandi

“harganya murah”- Bapak Rian

4.3.6 Proposisi (P6) Ketersediaan Produk yang Konsisten (Variabel 6/ V6) berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V11)

Produk merupakan metode dalam inovasi bisnis untuk menemukan banyaknya pelanggan dengan banyaknya produk yang ada (Kesavapanikkar et al., 2023). Perusahaan Didi Motor memiliki kelengkapan produk dan *stock* yang banyak sehingga konsumen dapat membeli produk yang diinginkannya, sesuai kebutuhannya konsumen, berikut ialah pernyataan konsumen:

“Saya memilih bisnis ini karena di kota Rangkas Bitung belum ada yang berbisnis di bidang Sparepart variasi bermotor, jadi saya optimis bahwa perusahaan Didi Motor akan berhasil. Perusahaan Didi Motor memiliki lokasi yang strategis karena tidak adanya pesaing yang menjual spareparts dan suku cadang selengkap yang dijual oleh perusahaan Didi Motor”- Ibu Yennie(Pemilik)

“Kelengkapan barang yang ada diperusahaan” - Souw Rudy (Karyawan)

“Keunggulannya ialah menyediakan sparepart motor lengkap seperti helm, pernak pernik motor”-Hendra (Karyawan)

“barang yang saya cari ada” – Alawi (Pembeli)

“Kepercayaan bahwa barangnya ada, barangnya bagus dan lengkap” – Nandi (Pembeli)

“Barangnya lengkap,saya yakin bahwa barang yang saya inginkan saya dapatkan disini”- Rian (Pembeli)

4.3.7 Proposisi (P7) Arahan kerja yang konsisten (Pemilik) (Variabel 7/ V7) berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V11)

Pada Konsep kepercayaan, dimaksudkan sebagai harapan yang dipunyai oleh konsumen terhadap jasa atau produk yang memberikan layanan baik (Lestari et al., 2018). Kepercayaan terhadap arahan kerja yang konsisten merupakan bentuk kepatuhan yang dilakukan oleh pekerja dan konsumen dalam menangkap prinsip moral, menangkap esensi dari etika yang dilakukan oleh pemilik dalam memberikan arahan dalam menjalankan bisnisnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dapat diketahui bahwa karyawan yakni Bapak Souw Rudy memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi kepada pemilik yakni Ibu Yennie, memiliki hubungan kinerja antara bos dengan karyawan sudah ada 20 tahun yang lalu, dan percaya akan *briefing* dan SOP yang dilakukan. Adapun kepercayaan konsumen kepada pemilik bahwa barang yang mereka cari pasti mereka dapatkan. Berikut ini merupakan pernyataannya:

“Pemilik memberikan *briefing* kepada bawahannya”- Souw Rudy (Karyawan)

“ Boss saya peduli dengan karyawan(*briefing*), dan memberikan arahan serta perhatian karyawan”-Hendra (Karyawan)

4.3.8 Proposisi (P8) Kemampuan menguasai tipe sparepart motor (Variabel 8/ V8) berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V11)

Kemampuan ialah aspek penting dalam mengelolah bisnis, aspek ini berfungsi sebagai mental dari setiap individu untuk dapat mempunyai kemampuan yang berbeda-beda, yang diukur dari skor dan kemampuan mental (Robinson, 2012). Pemilik Perusahaan Didi Motor memiliki kemampuan yang baik dalam insutri otomotif yakni bagian sparepart dan suku cadang, yang diperoleh dari pengalaman pembuatan yakni 2001, hingga sekarang yang memiliki pengalaman lebih dari 22 tahun. Berikut ini merupakan kutipan dari pemilik:

“Memahami Motor dari nol sampai lumayan besar”- Ibu Yennie(Pemilik)

4.3.9 Proposisi (P9) Bonus berdasarkan penjualan (Variabel 9/V9) berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V11)

Kompensasi merupakan kemampuan dan tanggung jawab yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan kontribusi pada karyawannya, sebagai apresiasi atas tindakan yang dilakukan oleh karyawan terhadap perusahaan yang dilihat dari pekerjaan dan kinerjanya yang mencapai targetting (Darma & Supriyanto, 2017). Perusahaan Didi Motor memberikan kompensasi pada karyawannya dengan memberikan bonus, jaminan hari tua dan THR, yang dimana menurut karyawannya merupakan hal yang baik dan memuaskan bagi karyawan tersebut.

“Bonus yang saya berikan cukup untuk karyawan”- ibu Yennie(Pemiliks).

“Bonus yang diberikan oleh perusahaan cukup memuaskan bagi saya, thrnnya juga bagus, lalu jika ada lebih banyak penjualan yah lumayan”- Souw Rudy(Karyawan)

“Bonus yang ada menurut saya cukup baik”-Hendra (Karyawan)

4.3.10 Proposisi (P10) *Word of mouth* (Variabel 11/ V11) berkontribusi terhadap Keunggulan Kompetitif (V11)

Word of mouth (E-WOM) merupakan cara pencapaian informasi menggunakan banyak cara misalnya secara langsung ataupun tidak langsung, misalnya jika secara langsung misalnya dari omongan orang, namun secara tidak langsung melalui media sosial. Definisi dari *Word of mouth* ialah pertukaran dari informasi antara konsumen yang sedemikian rupa sehingga dapat memainkan peran yang mendasar dalam memberi tahu produk atau layanan yang mereka pakai (Fakhrudin, 2021).

Konsumen dari perusahaan Didi Motor mengatakan bahwa mengenal perusahaan Didi Motor dari omongan teman perbengkelan dan media sosial sejak lama. Berikut ini ialah kutipannya:

“Mengetahui perusahaan Didi Motor karena dari omongan orang(yang ada diperbengkelan), bapak Alawi membeli produk atau layanan Didi Motor sekitar 2/ 3 tahunan)”- Bapak Alawi (Pembeli).

“Mengetahui perusahaan Didi Motor karena dari sosial media dan temannya, bapak Nandi membuka usaha bengkel Motor dirumahnya sejak tahun 2015 sehingga membeli sparepart juga disana sejak tahun 2015”- Bapak Nandi(Pembeli)

