

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Wirausaha, dalam segala kompleksitasnya, merangkum aktivitas ekonomi yang mencakup produksi, distribusi, dan pertukaran barang dan jasa. Menjadi pilar utama dalam perekonomian global, wirausaha mencerminkan dinamika perubahan dalam masyarakat, teknologi, dan kebutuhan konsumen. Dengan sifatnya yang terus berkembang, kewirausahaan menjadi arena yang menarik untuk dipelajari dan dipahami, karena memainkan peran kunci dalam membentuk struktur sosial dan memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi. Dalam era modern, wirausaha tidak lagi hanya tentang transaksi dan keuntungan semata. Konsep kewirausahaan telah berkembang untuk mencakup aspek-aspek seperti tanggung jawab sosial perusahaan, keberlanjutan, dan inovasi. Keberhasilan dalam wirausaha tidak hanya diukur dari seberapa besar keuntungan yang dihasilkan, tetapi juga dari dampak positif yang dapat diberikan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Hasanah, 2018). Oleh karena itu, mengkaji kewirausahaan tidak hanya sebatas pada aspek finansial, tetapi juga melibatkan analisis mendalam terhadap nilai-nilai, etika, dan dampak sosial yang dihasilkan oleh setiap keputusan dan tindakan bisnis.

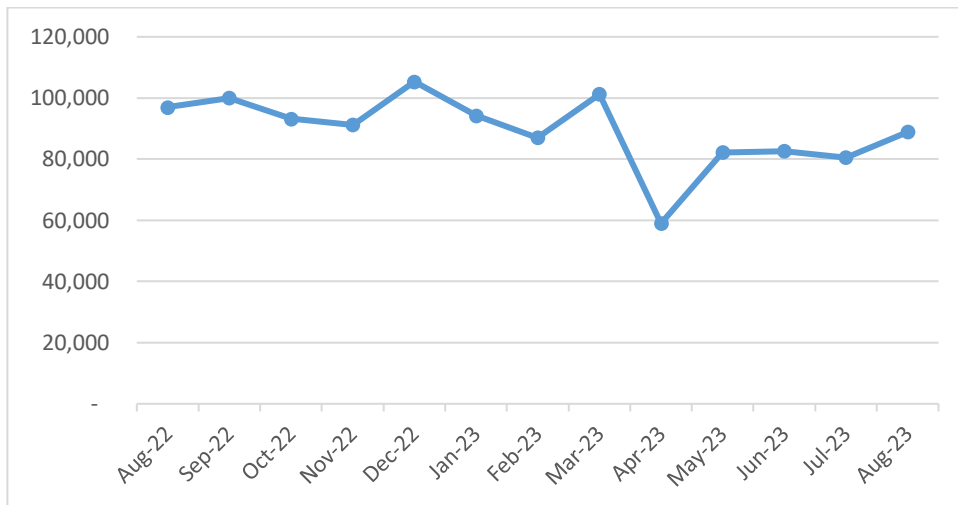
Kewirausahaan mencerminkan dorongan kreatif dan aspirasi manusia untuk mencapai tujuan dan meraih kesuksesan. Pemilik bisnis dan wirausaha mewakili roh inovasi dan tekad untuk membentuk masa depan. Mereka tidak hanya melihat peluang, tetapi juga memiliki keberanian untuk menghadapi risiko dan ketidakpastian. Kewirausahaan menjadi alat bagi individu untuk mewujudkan visi mereka, mulai dari bisnis kecil hingga korporasi global yang memainkan peran kunci dalam perekonomian dunia. Dalam perjalanan sejarah, kewirausahaan telah menjadi katalisator untuk perubahan ekonomi dan sosial. Revolusi Industri pada abad ke-18 dan ke-19, misalnya, mengubah lanskap

bisnis secara fundamental dengan memperkenalkan produksi massal dan memicu pertumbuhan ekonomi yang belum pernah terjadi sebelumnya (Eddyono, 2020). Hari ini, era transformasi digital membawa bisnis ke tingkat yang baru, dengan konektivitas global, analitika data, dan kecerdasan buatan menjadi pendorong utama inovasi.

Tidak dapat diabaikan pula peran kewirausahaan dalam menciptakan bisnis dan lapangan kerja serta memberikan sumber daya bagi perkembangan masyarakat. Dalam banyak kasus, wirausaha menjadi tulang punggung ekonomi lokal, menciptakan peluang pekerjaan, meningkatkan taraf hidup, dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan infrastruktur (Sudarmono *et al.*, 2021). Sebagai agen perubahan, kewirausahaan dapat menjadi kekuatan positif untuk mengurangi disparitas ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Menurut eksplorasi Irawan & Mulyadi (2016), setiap langkah yang diambil oleh seorang wirausaha merupakan petualangan menuju puncak keberhasilan usahanya. Tamimi (2019), sementara itu, mengartikan keberhasilan usaha sebagai hasil dari kecerdasan intelektual seorang wirausaha yang menjadi kunci kesuksesan bisnis. Sukses usaha bukan hanya sekadar pencapaian tujuan, melainkan sebuah perjalanan penuh dedikasi dan inovasi, seperti yang dikemukakan Ardiyanti & Mora (2019).

Dalam era yang terus berkembang ini, industri jual beli mobil bekas telah menjadi salah satu sektor wirausaha yang menarik perhatian secara signifikan. Transformasi teknologi, perubahan preferensi konsumen, dan faktor-faktor ekonomi telah membentuk lanskap bisnis ini menjadi lebih dinamis dan kompetitif. Direktur Marketing & CTx OLX Indonesia yaitu Agung Iskandar menjelaskan tren jual beli mobil bekas secara online meningkat dengan 300 ribu iklan otomotif per bulan di halaman OLX (Rafael, 2018). Adapun data penjualan mobil pada periode agustus 2022 – agustus 2023 sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Data Penjualan Mobil Agustus 2022-Agustus 2023
 Sumber: Databoks.katadata.co.id, 2023

Pada Agustus 2022 tercatat penjualan mobil sebanyak 96.956 dan jumlah ini terus mengalami fluktuasi. Maret tahun 2023 tercatat jumlah penjualan mencapai 101.272 mobil, namun jumlah ini turun hampir 50% di bulan berikutnya menjadi 58.981 (Databoks.katadata.co.id, 2023). Lalu dibulan berikutnya cenderung stabil di angka 80 ribuan. Meningkatnya industri otomotif juga dapat dilihat dari data perkembangan jumlah kendaraan bermotor menurut jenis sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis 2019-2021

Jenis Kendaraan Bermotor	Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)		
	2019	2020	2021
Mobil Penumpang	15.592.419	15.797.746	16.413.348
Mobil Bis	231.569	233.261	237.566
Mobil Barang	5.021.888	5.083.405	5.299.361
Sepeda motor	112.771.136	115.023.039	120.042.298
Jumlah	133.617.012	136.137.451	141.992.573

Sumber: bps.go.id (2023)

Berdasarkan data di atas, jumlah mobil penumpang, bis, barang, hingga motor terus mengalami kenaikan. Hal ini menandakan bahwa setiap tahunnya terdapat pembelian yang cukup banyak baik mobil maupun motor. Salah satu daerah yang memiliki jumlah kendaraan yang cukup banyak adalah Provinsi Banten. Provinsi Banten, terutama kota-kota seperti Tangerang dan Serang,

mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir (bps.go.id, 2023). Pertumbuhan ekonomi ini seringkali diiringi oleh peningkatan daya beli masyarakat, yang dapat mendorong permintaan akan kendaraan pribadi. Berikut adalah data jumlah kendaraan bermotor di Provinsi Banten:

Tabel 1. 2 Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis 2019-2021

Kabupaten atau Kota	Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kendaraan di Provinsi Banten (Unit)								
	Mobil Penumpang			Bus			Truk		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Kab Pandeglang	19.501	20.467	21.582	472	700	659	8.616	8.766	8.901
Kab Lebak	18.219	19.404	20.926	18	321	313	9.564	9.828	10.166
Kab Tangerang	189.087	189.647	199.489	310	1648	1623	53.669	52.844	54.044
Kab Serang	41.892	42.294	45.711	89	303	303	8.660	13.283	13.743
Kota Tangerang	213.264	215.812	221.936	795	2197	2174	43.582	44.417	45.826
Kota Cilegon	36.166	36.356	37.667	201	603	606	10.176	10.308	10.411
Kota Serang	39.578	43.291	45.182	144	397	406	12.790	8.906	9.045
Kota Tangerang Selatan	231.525	234.005	241.469	422	1565	1556	30.506	30.278	29.989
Provinsi Banten	789.232	801.276	833.962	2451	7734	7640	177.563	178.630	182.125

Sumber: bps.go.id (2023)

Berdasarkan data tersebut, Tangerang memiliki jumlah kendaraan yang lebih banyak dari daerah lain. Tangerang, sebagai salah satu kota berkembang di sekitar Jakarta, mencerminkan keadaan yang dinamis dalam industri otomotif (bps.go.id, 2023). Keberadaan showroom mobil yang cukup banyak di Tangerang mencerminkan tingginya permintaan dan minat masyarakat terhadap kendaraan bermotor. Pertumbuhan ekonomi yang pesat, urbanisasi, dan meningkatnya daya beli penduduk telah memberikan dampak signifikan pada industri otomotif di Tangerang. Showroom mobil tersebar di berbagai kawasan, seperti pusat kota, pusat perbelanjaan, dan kawasan perumahan, menciptakan aksesibilitas yang baik bagi calon pembeli.

Pesatnya pertumbuhan industri otomotif di Tangerang juga menciptakan persaingan yang ketat antara berbagai merek dan dealer mobil.

Showroom mobil terkemuka bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen dengan strategi pemasaran yang cerdas, program insentif penjualan, dan pelayanan pelanggan yang unggul (Saleh & Said, 2019). Hal ini mendorong terjadinya inovasi dalam taktik penjualan dan pemeliharaan pelanggan, dengan beberapa showroom mobil di Tangerang menawarkan program purna jual yang komprehensif untuk memenangkan kepercayaan konsumen.

Berdasarkan data di atas, jumlah kendaraan bermotor terutama jenis mobil terus mengalami kenaikan yang cukup baik. Angka ini mencerminkan pertumbuhan yang stabil dalam keberhasilan usaha industri otomotif domestik, yang mungkin dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Berdasarkan penelitian Widjaja *et al.*, (2022) dan Gultom & Agustine, (2021) pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pengetahuan kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai tingkat pemahaman individu atau kelompok terhadap aspek-aspek bisnis dan industri yang relevan (Aini & Oktafani, 2020). Pengetahuan kewirausahaan memungkinkan pengusaha untuk merancang rencana bisnis yang matang dan terstruktur. Berdasarkan observasi, pemilik showroom mobil bekas di Tangerang cenderung memasarkan mobilnya secara offline dan online melalui *e-commerce* saja. Padahal pemilik showroom mobil juga bisa memasarkannya di sosial media seperti Instagram ataupun Tiktok yang memiliki jumlah pengunjung harian yang banyak. Dengan pemahaman yang baik tentang pasar, pesaing, dan peluang bisnis, pengusaha dapat membuat strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan mereka.

Berdasarkan penelitian Widjaja *et al.*, (2022) dan Jefferey & Handoyo (2020) karakteristik kewirausahaan juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Karakteristik kewirausahaan, dalam konteks manajemen bisnis, menggambarkan serangkaian karakteristik yang melibatkan pengelolaan sumber daya, pengambilan keputusan strategis, dan keterampilan kepemimpinan (Legi, 2023). Berdasarkan observasi, pemilik showroom mobil bekas di Tangerang masih kurang berinovasi dalam

memasarkan mobil yang dijualnya. Padahal di zaman sekarang, membangun *branding* yang baik di sosial media akan menciptakan keuntungan kompetitif dalam bisnisnya.

Motivasi, seperti yang dijelaskan oleh Sutrisno (2019), muncul sebagai kekuatan dinamis yang menggerakkan seseorang untuk menjalankan aktivitas tertentu. Lebih dari sekadar dorongan, motivasi dianggap sebagai katalisator utama di balik setiap tindakan dan perilaku yang diwujudkan dalam perjalanan keberhasilan usaha. Dalam perspektif ini, motivasi tidak hanya diartikan sebagai pendorong, melainkan juga sebagai pemandu yang membimbing individu menuju pencapaian tujuan bisnisnya. Berdasarkan hasil observasi, motivasi yang dimiliki sebagian karyawan di showroom mobil bekas Tangerang terlihat kurang aktif dalam menawarkan mobil yang dijualnya.

Pentingnya motivasi dalam ranah bisnis diperkuat oleh penelitian-penelitian terkini, seperti yang dilakukan oleh Widjaja *et al.*, (2022) dan Jefferey & Handoyo (2020). Hasil studi mereka menyoroti bahwa motivasi bukan sekadar variabel penentu, melainkan elemen kunci yang memainkan peran positif dan signifikan dalam menentukan arah dan tingkat keberhasilan usaha. Dengan kata lain, tingkat motivasi seseorang dapat menjadi pembeda antara kesuksesan dan kegagalan dalam dunia bisnis yang kompetitif.

Berdasarkan fenomena dan penelitian yang ada, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan, Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Industri Showroom Mobil Bekas Di Tangerang”.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Menyimak kompleksitas permasalahan yang telah diperinci sebelumnya, peneliti menitikberatkan perhatiannya pada perumusan pertanyaan pokok yang memandu eksplorasi mendalam. Dengan demikian, rumusan masalah yang muncul adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha industri showroom mobil bekas di Tangerang?

- 2) Apakah karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha industri showroom mobil bekas di Tangerang?
- 3) Apakah motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha industri showroom mobil bekas di Tangerang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1) Untuk menguji pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha industri showroom mobil bekas di Tangerang.
- 2) Untuk menguji pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha industri showroom mobil bekas di Tangerang.
- 3) Untuk menguji pengaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha industri showroom mobil bekas di Tangerang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1) Aspek Teoritis

Pengharapan dari penelitian ini terbentang sebagai jembatan ilmu, menghadirkan panggung pengetahuan seputar kewirausahaan secara holistik. Lebih dari itu, studi ini diinginkan mampu menjadi arsip berharga, menawarkan pandangan mendalam mengenai dinamika pengaruh pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan, dan dorongan motivasi terhadap pencapaian puncak kesuksesan usaha. Sebagai corak baru dalam literatur, diharapkan temuan ini tidak sekedar menjadi pengetahuan, tetapi menjadi sumber inspirasi yang memacu perkembangan gagasan kreatif dan langkah-langkah progresif dalam ranah kewirausahaan.

2) Aspek Praktis

a) Bagi Peneliti

Harapannya, hasil penelitian ini tidak sekadar menjadi tambahan pengetahuan, tetapi juga menjadi katalisator untuk mengasah intelektualitas dan memperluas pandangan. Diharapkan mampu merangsang kemampuan analisis terhadap setiap gejala dan tantangan yang muncul, membuka jendela luas pada wawasan yang terus berkembang..

b) Bagi Universitas

Sebagai kontribusi berharga bagi dunia akademis, hasil penelitian diharapkan menjadi sumber inspirasi bagi seluruh komunitas akademisi. Melalui masukan yang dihadirkan, diinginkan agar penelitian ini dapat menjadi peta jalan dan referensi esensial bagi penelitian-penelitian serupa yang akan dilakukan oleh para peneliti lain.

c) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber daya berharga untuk masyarakat, bukan hanya sebagai bahan masukan, tetapi juga sebagai kontribusi aktif dalam bentuk saran, pemikiran, dan informasi yang dapat memperkaya wawasan. Sebagai bagian integral dari upaya meningkatkan keberhasilan usaha, harapannya adalah masyarakat dapat menggali nilai-nilai positif yang tertanam dalam hasil penelitian ini.

1.5 Batasan Penelitian

Peneliti, dengan bijaknya, menetapkan batasan permasalahan untuk menjaga agar fokus tetap terjaga dan tidak tergelincir ke wilayah yang terlalu luas dan tak terkendali. Dalam konteks ini, penelitian ini secara tegas memfokuskan diri pada eksplorasi seputar pengaruh pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan, dan motivasi terhadap puncak prestasi usaha, khususnya di ranah industri showroom mobil bekas di kawasan Tangerang. Dengan cara ini, penelitian dapat lebih mendalam, menyoroti nuansa khusus sektor ini, dan memberikan wawasan berharga yang dapat

diaplikasikan secara langsung dalam konteks bisnis mobil bekas di wilayah tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan

Struktur penulisan usulan penelitian ini akan dirancang sebagai panduan untuk memudahkan pemahaman konsep dan langkah-langkah yang akan diambil. Berikut adalah susunan sistematika penulisan yang akan membimbing penelitian ini.

1) BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, akan dijelajahi latar belakang masalah penelitian, merinci rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, menguraikan tujuan penelitian, membahas manfaat penelitian, menetapkan batasan penelitian, dan merangkai sistematika penulisan sebagai pemandu perjalanan ilmiah.

2) BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menggali dalam teori-teori relevan, membahas model penelitian yang dipilih, merumuskan hipotesis sebagai landasan penelitian, dan mengeksplorasi penelitian terdahulu sebagai fondasi kritis.

3) BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, akan diceritakan secara mendalam objek penelitian, merinci desain penelitian, mengidentifikasi populasi dan sampel, menjelaskan teknik pengumpulan data, menguraikan operasionalisasi variabel, membahas teknik analisis data, dan merinci uji hipotesis sebagai langkah-langkah metodologis.

4) BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, diperkenalkan karakteristik responden, dijabarkan analisis statistik, diuji hipotesis, dan digelar perbincangan intensif terhadap hasil penelitian yang ditemukan.

5) BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan dikemukakan simpulan yang dalam dan diberikan saran-saran berharga, mengemuka dari keseluruhan pembahasan yang melibatkan bab-bab sebelumnya.