

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA TOKO PERHIASAN MAS MASDOEKI GRINGGING KEDIRI

Yesy Kusumawati

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kahuripan Kediri
yesykusumawati75@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the application of business success at Mas Masdoeki Gringging Kediri Jewelry Shop. An analysis of business success variables consists of 4 variables, namely marketing factors, production factors, organizational and management factors, and financial factors for informants from Masdoeki Gringging Kediri Jewellery Shop with informants from the shop customers. Informants in this study were shop owners, employees who numbered 2 employees and customers totaling 6 people. From the results of the analysis of variables that lack the completeness include organizational and management factor variables and financial factor variables. Where organizational and management factor variables lack conformity are located in the indicators of personal interest in the Masdoeki Gringging Kediri jewelry store and financial variables that lack conformity are located in the business potential feasibility indicator at the Masdoeki Gringging jewelry store Kediri which lacks conformity lies in the indicator of understanding in customer needs. While the marketing and production factor variables get the appropriate answers.

Key words: influence factors, business success, family business

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri. Analisis variabel keberhasilan usaha terdiri dari 4 variabel yaitu faktor pemasaran, faktor produksi, faktor organisasi dan manajemen, dan faktor keuangan terhadap informan dari pihak Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri dengan informan dari pihak pelanggan toko. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik toko, para karyawan yang berjumlah 2 karyawan serta pelanggan yang berjumlah 6 orang. Dari hasil analisis variabel yang kurang memiliki kesesuaian di antaranya variabel faktor organisasi dan manajemen serta variabel faktor keuangan. Dimana variabel faktor organisasi dan manajemen yang kurang kesesuaian terletak dalam indikator kepentingan pribadi pada toko perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri dan variabel keuangan yang kurang kesesuaian terletak dalam indikator kelayakan potensi usaha pada toko perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri yang kurang kesesuaian terletak dalam indikator pemahaman dalam kebutuhan pelanggan. Sedangkan variabel faktor pemasaran dan faktor produksi mendapat jawaban yang sesuai.

Kata Kunci: Faktor-faktor pengaruh, Keberhasilan Usaha, Usaha Keluarga

PENDAHULUAN

Krisis multidimensi yang terjadi pada tahun 1997-1998 menunjukkan bahwa usaha kecil telah terbukti mampu mempertahankan kelangsungan usahanya, bahkan memainkan fungsi penyelamatan di beberapa sub-sektor kegiatan, misalnya penyediaan kebutuhan pokok rakyat melalui produksi maupun normalisasi distribusi. Bukti tersebut menumbuhkan optimisme baru bagi sebagian besar orang yang menguasai untuk memulai usaha baru sebagai pemulihan ekonominya sendiri yang secara tidak langsung mempengaruhi perekonomian negara.



Berdasarkan hal tersebut, maka dalam menghadapi perkembangan ekonomi saat ini peranan wirausaha tidak boleh diragukan lagi. Karena tumbuh tidaknya perekonomian di suatu negara bergantung pada kehadiran dan keaktifan para wirausaha. Wirausaha yang dimaksud adalah para pengusaha yang mandiri yang memiliki kebebasan dalam memilih karir sesuai dengan bidang usaha yang diminatinya serta dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Bisnis keluarga merupakan salah satu implementasi dari kewirausahaan. Fenomena dalam bisnis keluarga adalah pendiri mempunyai fokus pada usaha keras agar bisnis dapat berkembang dan bertahan. Pada perkembangannya ketika perusahaan mulai tumbuh menjadi lebih besar dan kuat, generasi kedua termasuk saudara dan keponakan mulai masuk menjadi *dynasti of family* (penerus bisnis keluarga). Di Indonesia mayoritas pendiri menginginkan agar anak-anak mereka masuk ke dalam bisnis dan respon dari anggota keluarga pun menginginkan bekerja dalam bisnis tersebut. Hal ini beralasan karena tingkat pengangguran yang demikian tinggi, peluang kerja di luar perusahaan keluarga masih cukup sulit.

Dewasa ini banyak wirausaha-wirausaha yang telah berhasil dengan bisnisnya dan mewariskan bisnisnya itu kepada anak-anaknya atau generasi berikutnya. Oleh karena itu banyak peran-peran seperti orang tua sebagai pendiri, peran antar saudara, peran pasangan dari wirausaha yang akan dimainkan oleh setiap anggota keluarga dan mereka bekerja sama untuk memajukan bisnis keluarga dan kemudian mewariskan usaha keluarga kepada generasi berikutnya.

Peran adalah seperangkat pola perilaku yang diharapkan pada seseorang yang menduduki posisi tertentu dalam suatu unit sosial (Robbins, 2008). Toko perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri merupakan bisnis keluarga yang sedang berkembang di Kabupaten Kediri. Saat ini bisnis keluarga yang dimilikinya sudah diwariskan kepada anak-anaknya. Toko perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri dijalankan oleh anak pertama dari keturunan kedua.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong keberhasilan usaha, dengan rumusan masalah penelitian “Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dalam menjalankan Toko Emas Bulan Purnama Malang?”

TINJAUAN PUSTAKA

Wirausaha

Lambing dan keulh (2000) dalam bukunya menyebutkan pendapatnya dari Timmons, seorang professor kewirausahaan tentang pengertian dari wirausaha, yaitu Wirausaha adalah

orang yang pertama kali melakukan atau mengembangkan suatu usaha. Di Indonesia, wirausaha tidak hanya diasosiasikan dengan pendiri atau pemilik secara sendiri, tetapi pada kenyataannya banyak wirausaha yang berdiri secara keluarga meneruskan usaha yang sudah ada.

Menurut *Scarborough* dan *Zimmerer* (2005) wirausaha adalah seseorang yang menciptakan suatu bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai pertumbuhan dan keuntungan dengan cara mengidentifikasi peluang serta menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikaninya.

Menurut *Drucker* (Susanto, 2002), mengemukakan ciri-ciri dari seorang wirausaha:

1. Bekerja keras
2. Berupaya menghasilkan satu cara yang baik
3. Dorongan untuk berprestasi
4. Mampu mengorganisasikan
5. Bertanggungjawab
6. Orientasi pada uang
7. Orientasi pada imbalan
8. Mempertahankan pada kualitas

Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Kasmir, 2006). Berdasarkan intruksi Presiden Republik Indonesia No. 4 Tahun 1995, tanggal 30 juni 1995 mengemukakan : kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan daya kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Kewirausahaan pada intinya adalah mental berusaha yang pantang menyerah , sabar dan tabah di dalam menghadapi tantangan di dalam usahanya, hingga usahanya itu bisa mencapai keberhasilan (Ridlwan, dkk, 2017).

Menurut *Hisrick* dan *Peters* (Susanto, 2002), umumnya kewirausahaan mempunyai sikap yaitu:

1. Pengambilan inisiatif atau prakarsa
2. Pengorganisasian dan upaya menggerakkan mekanisme sosial serta ekonomi untuk mengubah sumber daya atau keadaan menjadi lebih baik.
3. Keberanian dalam menerima resiko.



Usaha Keluarga

Lambing dan *Kuehl* (2000) dalam bukunya mendefinisikan wirausaha keluarga yaitu usaha keluarga adalah usaha yang mayoritas modal dan pengawasannya adalah anggota keluarga di mana dua atau lebih anggota keluarga terlibat secara langsung di dalamnya dan biasanya usaha keluarga didasarkan pada perasaan, pemeliharaan dan keamanan tetapi bisnis berkisar seputar produktifitas, prestasi dan keuntungan. Bisnis keluarga adalah sebuah perusahaan yang anggota keluarganya secara tidak langsung terlibat di dalam menjalankan bisnis keluarga sangat diperlukan untuk mencapai kesuksesan yang akan dicapai oleh keluarga tersebut agar bisnis dapat terus diwariskan pada generasi berikutnya.

Bisnis keluarga sering kali pengelolaan mengabaikan penerapan dari manajemen sumber daya manusia sumber daya manusia di lingkungan ini sehingga banyak keterlibatan konflik berkepanjangan demi perebutan kekuasaan di perusahaan (Satrio, 2017). Oleh karena itu banyak pula usaha keluarga yang mengalami kegagalan. Kegagalan suatu bisnis atau usaha keluarga dipengaruhi beberapa faktor, yaitu: kurang adanya kaderisasi, manajemen yang kurang baik, dan jenis usaha yang kurang kompetitif (Rahadi, 2017).

Bisnis keluarga juga memiliki kelebihan dari bisnis yang lain di mana keluarga berbagi suka dan duka bersama dengan membangun perusahaan. Mengatasi masalah dan memecahkan masalah dari waktu ke waktu secara bersama baik di dalam perusahaan maupun di luar urusan bisnis. Bisnis dapat bertahan apabila ikatan emosional keluarga disatukan dalam menjalankan bisnis, menjunjung tinggi loyalitas serta memegang penuh komitmen (Sukma, dkk, 2016).

Menurut *John L.Ward* (dalam Susanto, 2002), yang diperoleh dari berbagai penelitian terhadap banyak wirausaha keluarga, ada tiga hal yang harus diketahui oleh wirausaha keluarga adalah:

1. Sukses bukanlah suatu kebetulan, kemakmuran dicapai setelah melalui beberapa generasi yang bekerja yang keras.
2. Perusahaan keluarga yang sukses adalah perencanaan yang dilakukan dengan sangat hati-hati. Mereka merencanakan masa depan usaha mereka dan masa depan keluarga mereka.

Melalui perencanaan, mereka mengantisipasi isu yang biasanya dihadapi oleh bisnis mereka. Mereka membuat kebijakan untuk mengatasi isu tersebut, serta mengasah naluri untuk kepentingan usaha dan keluarga mereka (Susanto, 2002).

Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha yaitu keuntungan, jumlah penjualan dan pertumbuhan usaha mempunyai hubungan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Dalimunthe, 2003).



1. Keuntungan usaha

Keuntungan usaha adalah hasil yang diperoleh dari penjualan sebuah produk. Keuntungan akan tercapai apabila harga pokok produksi telah tercapai

2. Jumlah penjualan

Jumlah penjualan merupakan total penjualan produk atau jasa. Jumlah penjualan meningkat apabila barang yang tersedia habis terjual.

3. Pertumbuhan usaha

Pertumbuhan usaha adalah peningkatan aktivitas usaha pada periode tertentu. Pertumbuhan ini diikuti dengan meningkatnya laba, pelanggan serta nama baik.

Membangun usaha agar berhasil tidak cukup hanya dengan naluri dan insting, tetapi harus dilandasi perencan dan perhitungan yang matang. Dalam membangun strategi bisnis, perlu mencari dan mengukuhkan keunggulan melalui profesionalisme. Profesionalisme berarti memiliki kecakapan, integritas tinggi, mempunyai moral yang baik, mempunyai etika dan mempunyai komitmen terhadap pekerjaan dan tanggung jawab.

Menurut Masykuri dan Soesaty (2014) Kewirausahaan dapat berhasil apabila mampu menunjuk semangat, sikap, serta perilaku sebagai teladan dalam keberanian mengambil resiko yang telah diperhitungkan berdasar atas kemauan dan kemampuan sendiri serta didorong dengan komitmen.

Isi komitmen adalah jujur, disiplin, bertanggungjawab, kerja keras dan prestasi. Bekerja secara profesional menjamin adanya kompetisi untuk memberikan yang terbaik bagi keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha juga akan tercapai bila mampu menjaga keseimbangan dan memadukan secara tepat antara strategi bisnis dan budaya organisasi. Juga harus didukung komitmen karyawan terhadap tujuan organisasi, serta semua kompetisi semua karyawan pada setiap jenjang jabatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang merupakan pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian (Kuncoro,2009).

Pelaksanaan penelitian dilakukan di Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri yang terletak di Jl. Raya Kediri-Nganjuk Cerme Gringging Kabupaten Kediri. Waktu penelitian dilakukan pada Bulan Januari sampai dengan Februari 2018.



Untuk menghindari kesimpangsiuran dalam membahas dan menganalisis permasalahan, maka penelitian ini dibatasi pada faktor-faktor yang mendorong keberhasilan dalam menjalankan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri yang terletak di Jl. Raya Kediri-Nganjuk Cerme Gringging Kabupaten Kediri. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah faktor pemasaran, faktor produksi, faktor organisasi dan manajemen, dan faktor keuangan.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari individu-individu yang berkaitan langsung dengan Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri yang terdiri dari pemilik Toko Emas Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri, karyawan Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri dan beberapa konsumen yang dijadikan sebagai responden.

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan dua jenis data untuk membantu memecahkan masalah, yaitu: (a) Data Primer; yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden terpilih pada lokasi penelitian. Data primer diperoleh dengan wawancara terstruktur dengan pemilik usaha secara langsung. (b) Data Sekunder; ialah data yang diperoleh melalui studi dokumen dengan mempelajari berbagai tulisan melalui jurnal, buku, majalah, dan situs internet untuk mendukung penelitian.

Teknik pengumpulan data melalui dua langkah, yaitu melalui pengamatan (*observation*) dan wawancara (*interview*). Sedangkan teknik analisis data yaitu dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*depthinterview*), maka analisis data dilakukan setelah terlebih dahulu editing data, mengorganisir data sesuai dengan variabel penelitian, kemudian dilakukan analisis. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis isi (*Content Analysis*), yaitu menguraikan jawaban-jawaban berdasarkan fakta, dan dibuat matrik-matrik yang menjelaskan pengkategorisasian terhadap hasil yang ditemukan dilapangan dan dibandingkan dengan teori yang ada (Bugin, 2008).

Keabsahan bentuk batasan berkaitan dengan suatu kepastian bahwa yang berukuran benar-benar merupakan variabel yang ingin diukur. Keabsahan ini juga dapat dicapai dengan proses pengumpulan data yang tepat. Salah satu caranya adalah dengan proses triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Pada penelitian ini yang digunakan adalah metode triangulasi data dimana menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. Yang menjadi objek yang akan diteliti ialah pemilik Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri, karyawan, dan juga beberapa konsumen.

HASIL ANALISIS

Dalam perkembangannya hingga sekarang Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringsing Kediri telah diteruskan kepada penerus kedua, Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringsing Kediri sekarang dikelola secara modern dan profesional dengan semakin memantapkan posisi sebagai salah satu toko perhiasan terbaik di wilayah Kediri dengan menjamin layanan purna jual dan perawatan perhiasan yang baik dengan mengusung aneka emas murni serta varian-varian perhiasan yang lebih trendy, variatif, dan elegan.

Karakteristik Informan

Untuk memperoleh hasil analisis mengenai variable keberhasilan usaha pada toko perhiasan Masdoeki, maka peneliti memetakan karakteristik informan terlebih dahulu seperti pada tabel.1 di bawah ini:

Tabel 1 Karakteristik Informan

Informan	Jenis Kelamin	Umur
Pemilik	Laki- laki	30
Karyawan I	Laki- laki	27
Karyawan II	Laki- laki	25
Pelanggan 1	Laki- laki	35
Pelanggan 2	Laki- laki	33
Pelanggan 3	Perempuan	29
Pelanggan 4	Perempuan	27
Pelanggan 5	Perempuan	37
Pelanggan 6	Perempuan	39

Berdasarkan Tabel.1. di atas menunjukkan sebagian besar informan berjenis kelamin laki-laki (5orang) dan sisanya perempuan, serta berusia 20 tahun keatas. Pemilik toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringsing Kediri dilihat dari tugas dan fungsinya menjadi seseorang yang bertanggung jawab terhadap Toko Perhiasan Mas Masdoeki tersebut. Para karyawan Toko Perhiasan Mas Masdoeki berperan sebagai bawahan Pemilik Toko Perhiasan Mas Masdoeki.

Perhiasan Mas Masdoeki dalam memerikan pelayanan yang cepat dan cermat untuk memberikan kepuasan bagi para pelanggan. Para pelanggan merupakan individu-individu yang pernah berbelanja di Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringsing Kediri.

Pembahasan Hasil Wawancara Pemilik Toko

Persepsi Pihak Pemilik Tentang Faktor Pemasaran

Peneliti melihat faktor pemasaran merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Peneliti menggunakan 6 (enam) indikator dalam 9 (sembilan) pertanyaan untuk mengetahui apakah pemilik usaha yang diwawancara berpendapat bahwa faktor



pemasaran seperti produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, tenaga kerja yang terlatih, promosi, dan proses pendeskripsian produk merupakan beberapa elemen dari faktor pemasaran yang merupakan faktor keberhasilan dalam menjalankan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri.

Berdasarkan hasil wawancara, maka peneliti melihat bahwa faktor pemasaran yang terbaik adalah yang berisi “apakah Anda memberikan layanan pemesanan produk tempahan?” direspon baik oleh pemilik tersebut dengan jawaban “iya, sebab itu merupakan keunggulan dari toko yang saya miliki”. Pertanyaan tersebut dikuatkan oleh 3 orang pelanggan yang mendukung keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri terletak pada faktor pemasarannya.

Persepsi Pihak Pemilik Tentang Faktor Produksi

Peneliti melihat faktor produksi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Dalam hal ini ada 5 (lima) indikator dalam 6 (enam) pertanyaan yang digunakan sebagai petunjuk untuk mengetahui apakah pemilik usaha yang akan diwawancarai berpendapat bahwa faktor produksi seperti tenaga kerja yang ahli, memperhitungkan modal kerja, visi dan misi sesuai dengan tujuan, tempat yang dekat dengan bahan mentah dan kegiatan promosi yang dilakukan merupakan beberapa elemen dari faktor pemasaran yang merupakan faktor keberhasilan dalam menjalankan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri.

Berdasarkan pertanyaan yang telah diajukan, maka peneliti melihat bahwa faktor produksi yang terbaik adalah pertanyaan nomor yang berisi “Apa saja promosi yang Anda lakukan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan?” direspon baik oleh pemilik tersebut dengan jawaban “Menyediakan semua kebutuhan yang diinginkan pelanggan dengan memberikan yang terbaik.”

Pertanyaan tersebut dikuatkan oleh 2 orang karyawan dan 3 orang pelanggan yang mendukung keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri terletak pada faktor produksinya.

Persepsi Pihak Pemilik Tentang Faktor Organisasi Dan Manajemen

Peneliti melihat faktor organisasi dan manajemen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Dalam hal ini ada 12 (duabelas) indikator dalam 10 (sepuluh) pertanyaan yang digunakan sebagai petunjuk untuk mengetahui apakah pemilik usaha yang akan diwawancarai berpendapat bahwa faktor organisasi dan manajemen seperti pengambilan keputusan yang demokratis, pembagian kerja, gaji atau upah yang baik, adanya kedisiplinan, rekan kerja yang baik, penghargaan terhadap pekerjaan, tanggung jawab akhir



terletak pada atasan, kondisi kerja yang aman dan nyaman, pimpinan yang adil, garis kewenangan dan keadilan dalam usaha merupakan beberapa elemen dari faktor organisasi dan manajemen yang merupakan faktor keberhasilan dalam menjalankan usaha toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri.

Berdasarkan pertanyaan yang telah diajukan, maka peneliti melihat bahwa faktor organisasi dan Manajemen yang terbaik adalah pertanyaan berisi “Apakah anda lebih mengutamakan kepentingan pribadi dari pada kepentingan bersama?” direspon baik oleh pemilik tersebut dengan jawaban “Mengutamakan kepentingan bersama”. Tetapi tidak ada karyawan maupun pelanggan yang mengemukakan bahwa faktor organisasi dan manajemen menjadi faktor keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri.

Persepsi Pihak Pemilik Tentang Faktor Keuangan

Peneliti melihat faktor keuangan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Dalam hal ini ada 4 (empat) indikator dalam 5 (lima) pertanyaan yang digunakan sebagai petunjuk untuk mengetahui apakah pemilik usaha yang diwawancarai berpendapat bahwa faktor keuangan seperti kelayakan potensi usaha, kemampuan mendapatkan laba, kemampuan perkembangan kegiatan usaha dan kebutuhan modal merupakan beberapaelemen dari faktor keuangan yang merupakan faktor keberhasilan dalam menjalankan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri.

Berdasarkan pertanyaan yang telah diajukan, maka peneliti melihat bahwa faktor keuangan yang terbaik adalah pertanyaan tersebut yang berisi “Apakah anda telah melakukan penilaian atas kelayakan potensi usaha anda sebelum anda menginvestasikan uang dan waktu untuk mendirikanannya?” direspon baik oleh pemilik tersebut dengan jawaban “Sudah, sebab usaha tersebut sudah turun temurun”. Tetapi tidak ada karyawan maupun pelanggan yang mengemukakan bahwa faktor organisasi dan manajemen menjadi faktor keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri.

Pembahasan Hasil Wawancara Karyawan Dan Pelanggan toko

Dari hasil wawancara langsung peneliti kepada pegawai dan pelanggan Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri tentang faktor-faktor yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri, maka peneliti mendapatkan data yang dapat dilihat pada tabel.2 sebagai berikut :

Tabel 2 Matrik Jawaban karyawan dan pelanggan toko

Informan	Hasil wawancara
KaryawanI	Faktor produksi
KaryawanII	Faktor produksi
Pelanggan1	Faktor produksi
Pelanggan2	Faktor produksi
Pelanggan3	Faktor pemasaran
Pelanggan4	Faktor pemasaran
Pelanggan5	Faktor produksi
Pelanggan6	Faktor pemasaran

Berdasarkan Tabel.2 di atas menunjukkan sebagian besar informan memilih faktor produksi sebanyak 5 orang sebagai faktor yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri. Sebagian informan memilih faktor pemasaran sebanyak 3 orang sebagai faktor yang mendukung terhadap keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri.

Peneliti mendapatkan data tersebut dengan cara menanyakan langsung kepada informan yang sedang melakukan kegiatan jual-beli di Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri. Karena keterbatasan waktu yang dimiliki peneliti untuk menanyakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri, maka peneliti hanya menanyakan kepada karyawan dan juga pelanggan sebagai berikut:

“Menurut Anda apa yang menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri ini? Apakah dari faktor pemasaran, faktor produksi, faktor manajemen dan organisasi ataupun faktor keuangan?”.

Berbagai jawaban yang didapat dari karyawan maupun pelanggan Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri antara lain: karyawan1 maupun karyawan2 dan pelanggan1, pelanggan2 ,maupun pelanggan5 menjawab faktor produksi menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam keberhasilan usaha ada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri. Sedangkan pelanggan3, pelanggan4 dan pelanggan6 memilih faktor pemasaran yang menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri.

Analisis Wawancara Pihak Pemilik, Karyawan, dan Pelanggan

Analisis Faktor Pemasaran

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri maka secara umum pemilik menyetujui bahwa faktor keberhasilan usaha Toko Perhiasan



Mas Masdoeki Gringging Kediri terletak pada faktor pemasaran. Sedangkan hasil penelitian pada pihak karyawan maupun konsumen dapat diketahui bahwa sebagian kecil karyawan maupun pelanggan menjelaskan bahwa faktor pemasaran menjadi faktor keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri, sedangkan sebagian besarnya menjelaskan bahwa faktor keberhasilan usaha bukan terletak pada faktornya.

Analisis Faktor Produksi

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri maka secara umum pemilik menyetujui bahwa faktor keberhasilan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri terletak pada faktor produksi. Sedangkan hasil penelitian pada pihak karyawan maupun konsumen dapat diketahui bahwa sebagian besar karyawan maupun pelanggan menjelaskan bahwa faktor produksi menjadi faktor keberhasilan usaha pada Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri sedangkan sebagian kecilnya menjelaskan bahwa faktor keberhasilan usaha bukan terletak pada faktornya.

Analisis Faktor Organisasi Dan Manajemen

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri maka secara umum pemilik menyetujui bahwa faktor keberhasilan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri terletak pada faktor organisasi dan manajemen. Sedangkan hasil penelitian pada pihak karyawan maupun konsumen dapat diketahui bahwa sebagian kecil karyawan maupun pelanggan menjelaskan bahwa faktor pemasaran menjadi faktor keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri, sedangkan sebagian besarnya menjelaskan bahwa faktor keberhasilan usaha bukan terletak pada faktor organisasi dan manajemennya.

Analisis Faktor Keuangan

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri maka secara umum pemilik menyetujui bahwa faktor keberhasilan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri terletak pada faktor keuangan. Sedangkan hasil penelitian pada pihak karyawan maupun konsumen dapat diketahui bahwa sebagian kecil karyawan maupun pelanggan menjelaskan bahwa faktor pemasaran menjadi faktor keberhasilan usaha pada Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri sedangkan sebagian besarnya menjelaskan bahwa faktor keberhasilan usaha bukan terletak pada faktornya.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Faktor –faktor keberhasilan dalam menjalankan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri terdiri atas : Faktor produksi, faktor pemasaran, faktor manajemen dan organisasi, serta faktor keuangan. (2) Faktor produksi merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam keberhasilan menjalankan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri karena faktor produksi seperti tenaga kerja yang ahli, memperhitungkan modal kerja, visi dan misi sesuai dengan tujuan, tempat yang dekat dengan bahan mentah dan kegiatan promosi yang dilakukan merupakan beberapa elemen dari faktor keberhasilan dalam menjalankan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri dalam memberikan layanan produk tempahan. (3) Faktor pemasaran merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam menjalankan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri.

Usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri mampu menarik dan mempertahankan dengan cara promosi yang mereka lakukan melalui produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, tenaga kerja yang terlatih, promosi, dan proses pendeskripsian produk merupakan beberapa elemen dari faktor pemasaran yang merupakan faktor keberhasilan dalam menjalankan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri. (4) Faktor organisasi dan manajemen merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam menjalankan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri karena lebih mengutamakan kepentingan bersama dibandingkan kepentingan pribadi. (5) Faktor keuangan merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam menjalankan usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri karena Usaha Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri melakukan penilaian atas kelayakan potensi usaha yang pemilik lakukan secara berkala.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diuraikan, maka saran-saran yang dapat diberikan oleh penelitian ini yaitu: (1) Faktor yang paling berpengaruh dalam penelitian ini terletak pada faktor produksinya, oleh sebab itu pemilik harus mampu mempertahankan keunggulan yang menjadi ciri khas produk Toko Perhiasan Mas Masdoeki Gringging Kediri, (2) Perlu dilakukan inovasi terbaru dalam mengembangkan produk, (3) Perlunya mempertahankan loyalitas pelanggan agar selalu menggunakan produk yang selalu ditawarkan dengan cara menjadikan pelanggan sebagai sahabat, (4) Pihak toko emas juga harus mampu melakukan promosi-promosi untuk menarik hati konsumen berbelanja, (5) Peneliti lain diharapkan dapat mencari faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan usaha.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bugin, Burhan, 2008. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Penerbit Prenada Media Group.
- Dalimunthe, Ritha F. 2003. Pengaruh Karakteristik Individu Kewirausahaan, Gaya Kempemimpinan Terhadap Kemampuan Usaha Serta Keberhasilan Usaha Industri Kecil Tenun dan Bordir di Sumatera Utara, Sumatera Barat dan Riau, Universitas Airlangga, (Tidak dipublikasikan).
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi ketiga. Jakarta: Erlangga
- Laming, Peggy and Khuel. Charles, R. 2000. *Enterpreneurship*, NewJersey: PrenticeHallInc.
- Masykuri , Ahmad Ali dan Yoyok Soesatyo. 2014. Analisis Perilaku Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Pengrajin Songkok Di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: 2(3)*, 1-19
- Rahadi, Dedi Rianto. 2017. Tranformasi Inovasi Bisnis Keluarga Dalam Mendukung Ekonomi Kreatif. *JURNAL Ecoment Global: Kjian Bisnis dan Manajemen: 2(1)*, 1-11
- Ridlwan, Burhanuddin. Fauzi, Mahmud. Said, Ali. 2016. Kewirausahaan (entrepreneurship) dalam Perspektif Qur'an Dan hadits. *Discovery: Jurnal Ilmu Pengetahuan 1(1)*, 1-42
- Robins P. Stephen, 2008. *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi, Aplikasi*. Jakarta: Prenhallindo.
- Satrio, Danang. 2017, Analisa Kinerja Bisnis Pada Perusahaan Keluarga (Family Business) Oriental Cap Nyonya Pekalongan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis . 20(2)*, 16-20
- Sukma, Rima Nurani, Sumartias, Suwandi, Sjafirah, Nuryah Asri. 2016. Pengalaman Komunikasi Pelaku Bisnis Keluarga Dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner Di Kota Sukabumi. *Jurnal Kajian Komunikasi: 4(1)*, 28-43
- Susanto, A.B. 2009. *Leadpreneurship, Pendekatan Strategic Management dalam Kewirausahaan*., Jakarta: Esensi, Erlangga Group.
- Zimmerer, Thomas W dan Scarborough Norman M .2002. *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta: PT.Salemba Empat.