

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era perkembangan bisnis usaha yang semakin meningkat, banyak perusahaan berlomba-lomba untuk tetap bisa mempertahankan kesuksesan usaha bahkan bisa terus berkembang hingga menjadi perusahaan yang maju. Namun, kesuksesan usaha tidak akan selalu berjalan lancar tanpa adanya pasar sasaran yang tepat (Mahendra, 2015). Selain itu untuk mencapai sebuah kesuksesan usaha masih banyak dari calon-calon pengusaha yang kurang ada kemauan untuk bertekad mewujudkan rencana usaha (Fatkhurahman, 2016). Banyak dari pengusaha yang sudah berjalan tetapi tidak memiliki rekan kerja yang luas yang bisa menghambat luasnya pasar (Lantri, Gunawan, & Yunita, 2017). Kesuksesan sebuah usaha tentu akan sangat membantu mengurangi pengangguran, tetapi di Indonesia sendiri masih banyak usaha yang masih belum bisa berhasil dalam menjalankan usahanya terutama pada Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) baik itu pengetahuan, modal, dan lain-lain seputar bisnis masih kurang (Aji, Mulyadi, & Widjajanta, 2018).

Kesuksesan usaha berjangka panjang di sektor perusahaan otomotif semakin menarik untuk diteliti (Ridwan & Sandy, 2019). Dunia otomotif di Indonesia tentunya bukan hal yang asing lagi bagi para pecinta kendaraan modifikasi. Semua pengusaha yang sedang merintis usaha di bidang otomotif khususnya, pastinya menginginkan usaha yang sukses dan maju. Kesuksesan tersebut harus didukung dengan rencana usaha yang tepat dan harus paham dengan kondisi yang dihadapi,

kesuksesan rencana tersebut dapat dilakukan dengan cara menganalisa lingkungan pasar agar bisa lebih efektif dalam mencari peluang pasar (Ong & Sugiharto, 2013). Seperti pada umumnya di Indonesia, terdapat keunikan tersendiri pada usaha otomotif di Kabupaten Lumajang yaitu Kedai *Big Bike Custom*. Kedai *Big Bike Custom* adalah salah satu usaha yang berdiri sejak tahun 2014 yang bergerak dibidang otomotif yang melayani penjualan sepeda motor yang berkapasitas cc 250 ke atas, selain itu kesuksesan usaha dari Kedai *Big Bike Custom* ini juga di dukung dengan tenaga ahli dalam memodif ulang dengan dilengkapi peralatan yang lengkap, sehingga ada keunikan yang membuat Kedai *Big Bike Custom* ini bisa berkembang secara pesat. Dari survey peneliti selama bulan Desember 2020 terdapat keunikan tersendiri dari Kedai *Big Bike Custom* ini yang menjadi fokus kesuksesan usaha dari usaha ini berkolaborasi dengan teknisi yang profesional dengan cara memodifikasi ulang kendaraan yang sudah dibeli sehingga menghasilkan motor yang lebih bagus.

Kesuksesan usaha harus menjadi perhatian yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, jika tidak diolah dengan baik maka perusahaan tidak akan bisa berkembang dan akan terjadi penurunan kinerja sehingga diambang kebangkrutan (Pangkey, Saerang, & Maramis, 2018). Selain itu, pendapatan perusahaan tidak akan mampu lagi menutupi biaya dimana akan memperoleh keuntungan lebih kecil dibandingkan dengan modalnya (Muflifah, 2017).

Kesuksesan usaha ini juga bisa terjadi karena juga bergabung dengan komunitas yang pada umumnya bersifat pembelajaran bersama, yang bisa menimbulkan inovasi maupun ide-ide baru dalam usaha tersebut sehingga secara

berkesinambungan dapat memelihara hubungan berkomunitas (Wardhana, 2016). Selain itu kegiatan usaha yang mempunyai keterampilan dalam menjalankan usahanya yang tidak mudah ditiru serta dapat mendukung tercapainya keunggulan yang kompetitif secara berkelanjutan (Utaminingsih, Ariefiantoro, & Widowati, 2016). Memanfaatkan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan *youtube* juga memberikan dampak yang cukup positif, karena pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi kendaraan (*knowledge product*) yang diminati dari sebuah perusahaan (Widyaningrum, 2016). Terbukti sebuah proses hubungan komunitas, keterampilan pekerja, dan pemasaran online sangat memberikan dampak yang positif terhadap kesuksesan sebuah usaha.

Adanya kesuksesan usaha dapat didasari dengan adanya dukungan dari hubungan komunitas dimana dalam sebuah komunitas akan menimbulkan petukaran ide-ide yang baru sehingga menambah wawasan dalam kesuksesan usaha (Wardhana, 2016). Di dalam hubungan komunitas akan membentuk interaksi yang saling ketergantungan dari pihak satu ke pihak lain yang dapat berpotensi meluasnya jaringan luar (Abdullah, 2013). Hubungan komunitas keterkaitannya dengan kesuksesan usaha dijelaskan dengan menggunakan *social exchange theory* (Emerson, 1987).

Keterampilan pekerja di usaha yang di jalankan harus mampu menciptakan inovasi (Aji et al., 2018). Kesuksesan usaha tidak luput dari keterampilan pekerjanya, karena faktor kunci dalam kesuksesan usaha adalah keterampilan yang dihasilkan oleh pekerjanya, dimana pekerja tersebut dianggap sebagai komoditi utama dalam sebuah usaha (Putri, 2013a). Seorang pekerja yang mempunyai

kumpulan pengetahuan, keterampilan, pengalaman, kreativitas dan atribut pekerja lainnya akan memberikan nilai lebih kepada suatu organisasi dalam konteks usahanya menjadi sukses, teori ini disebut *human capital theory* (Putri, 2013a).

Pemasaran yang dilakukan pada pada sebuah usaha menggunakan sistem pemasaran online yang dirasa lebih menguntungkan karena bisa lebih meminimalisir dari segi biaya transaksi bisnis (Yusup, Badriyah, Suyandi, & Asih, 2019). Didalam pemasaran online akan membangun hubungan ikatan dengan pelanggan membuat brand kita menjadi mudah untuk diingat orang, memperluas jangkauan jaringan dan mudah mengetahui informasi produk (Fadly & Utama, 2020). Kegiatan pemasaran online ini disebut *networking theory* (Panetto & Cecil, 2013).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian terkait kesuksesan usaha masih perlu dibuktikan, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **Analisis Hubungan Komunitas, Keterampilan Pekerja, dan Pemasaran Online Terhadap Kesuksesan Usaha Pada Kedai *Big Bike Custom* Lumajang.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan peneliti bahwa strategi pemasaran yang belum bisa memberikan kesuksesan bagi perusahaan, hal itu dipengaruhi oleh hubungan komunitas, keterampilan pekerja, dan pemasaran online pada Kedai *Big Bike Custom* Lumajang, sehingga dapat dijabarkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah hubungan komunitas berpengaruh terhadap kesuksesan usaha?

- b. Apakah keterampilan pekerja berpengaruh terhadap kesuksesan usaha?
- c. Apakah pemasaran online berpengaruh terhadap kesuksesan usaha?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis permasalahan kesuksesan usaha ditinjau dari hubungan komunitas, keterampilan pekerja, dan pemasaran online. Secara khusus tujuan penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui pengaruh hubungan komunitas terhadap kesuksesan usaha.
- b. Untuk mengetahui pengaruh keterampilan pekerja terhadap kesuksesan usaha.
- c. Untuk mengetahui pengaruh pemasaran online terhadap kesuksesan usaha.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoristis

Penelitian ini dapat mampu menambah wawasan dan referensi penelitian pada bidang manajemen pemasaran khususnya pengaruh komunitas, keterampilan pekerja, dan pemasaran online terhadap kesuksesan usaha.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi STIE Widya Gama Lumajang

Penelitian ini dapat mampu memberikan wawasan dan referensi khususnya dalam bidang manajemen pemasaran di STIE Widya Gama Lumajang.

2) Bagi Peneliti

- Sebagai sarana menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman serta mengamati langsung dunia bisnis dan perusahaan.
- Sebagai media untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh selama kuliah dengan praktek langsung di lapangan.

3) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan strategi-strategi perusahaan.

4) Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan tambahan informasi atau referensi bagi penelitian selanjutnya terutama yang membahas tentang pengaruh hubungan komunitas, keterampilan pekerja, dan pemasaran online terhadap kesuksesan usaha.

