

**IDENTIFIKASI KEBERHASILAN USAHA JASA SEWA KENDARAAN
(STUDI KASUS DI PINE RENT, PGA RENT, DAN ANDIS RENT)**

**IDENTIFICATION OF SUCCESS OF VEHICLE RENT BUSINESS
(CASE STUDY ON PINE RENT, PGA RENT, AND ANDIS RENT)**

Lanriadi Sinaga¹, Astri Ghina²

^{1,2} Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Telkom

¹lanriadisinaga8@gmail.com, ²astri.ghina24@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah. Pemberdayaan UMKM perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

Jasa sewa kendaraan merupakan usaha yang bergerak dalam bidang transportasi, yang bertujuan untuk menjawab kebutuhan akan kendaraan. Banyaknya orang yang datang ke Kota Bandung baik pekerja dan mahasiswa maupun hanya sekedar liburan, merupakan rejeki tersendiri bagi pelaku usaha jasa sewa kendaraan. Seiring dengan perkembangan bisnis UMKM di Kota Bandung, banyak orang tertarik terhadap usaha jasa sewa kendaraan tersebut yang menyebabkan banyaknya pengusaha jasa sewa kendaraan baru bermunculan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keberhasilan usaha jasa sewa kendaraan berdasarkan indikator keberhasilan usaha yaitu pertumbuhan keuntungan, pertumbuhan jumlah pelanggan, pertumbuhan jumlah penjualan, pertumbuhan jumlah aset, time performance, quality performance, dan client satisfaction. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha jasa sewa kendaraan tentang keadaan usaha mereka untuk menjadi lebih baik lagi kedepannya.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian ini menggunakan Teknik wawancara semi terstruktur untuk memperoleh data. Wawancara ini dilakukan terhadap 3 orang narasumber pelaku usaha jasa sewa kendaraan yang berada di lingkungan Telkom University. Penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling, karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti.

Berdasarkan dari hasil uji dan analisis data, disimpulkan bahwa pelaku usaha jasa sewa kendaraan yang berada di lingkungan Telkom University dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan usahanya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan evaluasi terhadap proses bisnis yang dijalankan oleh pelaku usaha.

Kata kunci: Indikator keberhasilan usaha, UMKM, Usaha jasa sewa kendaraan, kualitatif.

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are an important part of a country's or regional economy. Empowerment of MSMEs needs to be carried out thoroughly, optimally, and continuously through the development of a conducive climate, providing business opportunities, support, protection, and business development to the fullest, so as to be able to increase the position, role and potential of MSMEs in realizing economic growth, equity and improvement people's income, job creation, and poverty alleviation.

Vehicle rental is a business that is engaged in transportation, which aims to answer the need for vehicles. The large number of people who come to the city of Bandung both workers and students or just a vacation, is a fortune for vehicle rental businesses. Along with the development of the MSME business in the city of Bandung, many people are attracted to the vehicle rental business which has caused many new vehicle rental entrepreneurs to emerge.

The purpose of this study is to determine the success of a vehicle rental service business based on indicators of business success, namely profit growth, growth in number of customers, growth in number of sales, growth in total assets, time performance, quality performance, and client

satisfaction. In addition, this study also aims to be a material consideration for business operators in vehicle rental services about the state of their business to be even better in the future.

The research method used is qualitative. This study uses a semi-structured interview technique to obtain data. This interview was conducted on 3 speakers from vehicle rental service business operators within Telkom University. This study uses a purposive sampling technique, because not all samples have criteria that fit the proposed phenomenon.

Based on the results of the test and data analysis, it was concluded that the business operators of vehicle rental services within Telkom University can be said to be successful in running their businesses. The results of this study are expected to be used as an evaluation of the business processes carried out by business actors.

Keywords: *Indicators of business success, MSMEs, vehicle rental business, qualitative.*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah. Keberadaan UMKM tidak boleh dipandang sebelah mata. Tujuan UMKM yaitu menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan dan juga penyerapan terhadap tenaga kerja. Untuk menjadi negara dengan perekonomian yang kuat, suatu negara khususnya Indonesia membutuhkan wirausahawan dalam jumlah yang besar. Seorang pakar kewirausahaan dari Amerika Serikat, David McClland menegaskan untuk menjadi negara yang makmur, suatu negara harus memiliki minimum 2% (dua persen) wirausahawan dari total penduduk. Mayoritas wirausaha di Indonesia didominasi oleh sektor usaha kecil dan menengah terlebih dalam kebutuhan dan kegiatan sehari-hari masyarakat.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mampu menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan dan menjual produk dari usaha besar ke konsumen. Kedudukan UMKM ini semakin mantap, selain mampu menyerap tenaga kerja, juga memiliki kemampuan bertahan, walaupun di dalam kondisi yang tidak menguntungkan, seperti halnya terjadi saat krisis global ini. Umumnya, UMKM memiliki strategi dengan membuat produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing dengan produk dari usaha besar. UMKM mempunyai peranan yang signifikan dalam perekonomian nasional. Peran yang besar tersebut mendorong Pemerintah dan pihak-pihak yang concern terhadap UMKM untuk terus berupaya memberdayakan UMKM agar mampu bersaing dalam era globalisasi.

Kelemahan internal UMKM antara lain adalah kapasitas manajemen dan wirausaha yang lemah, teknis produksi dan kurangnya infrastruktur. Infrastruktur yang dimaksud meliputi akses terhadap sumber modal, pasar, informasi, teknologi, sarana dan prasarana. Kekuatannya adalah 1) potensi pemanfaatan teknologi dan informasi bagi koperasi, UMKM dan perindustrian perdagangan, 2) potensi pelaku usaha koperasi, UMKM dan perindustrian perdagangan dari segi kuantitatif cukup besar, 3) adanya peraturan atau ketentuan bagi koperasi, UMKM, perindustrian dan perdagangan (RJPMN Kota Bandung 2013-2018).

Perkembangan dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pun cukup bagus dari tahun ke tahun. Hampir dari setiap pemerintahan daerah menekankan pada pemberdayaan UMKM. Pemerintah secara serius memberikan perhatian lebih pada sektor usaha kecil yang merupakan tulang punggung dari penyediaan tenaga kerja, sedangkan perusahaan besar lebih menekankan penggunaan teknologi dari pada tenaga kerja manusia pembangunan ekonomi salah satunya di Kota Bandung.

Kota Bandung merupakan daerah ketiga penghasil Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terbesar di provinsi Jawa Barat. Hal itu dipengaruhi oleh banyaknya orang yang merantau ke kota Bandung untuk membuka usaha, bekerja, dan juga belajar. Bandung terkenal merupakan salah satu kota yang mempunyai Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta Terbaik di Indonesia. Banyak masyarakat yang menggantungkan hidupnya disekitaran lingkungan Perguruan Tinggi atau biasa disebut kampus. Salah satu usaha yang banyak berkembang di sekitaran Kampus adalah jasa sewa kendaraan.

Jasa sewa kendaraan merupakan usaha yang bergerak dalam bidang transportasi, yang bertujuan untuk menjawab kebutuhan akan kendaraan. Banyaknya orang yang datang ke Kota Bandung baik pekerja dan mahasiswa maupun hanya sekedar liburan, merupakan rejeki tersendiri bagi pelaku usaha jasa sewa kendaraan.

Seiring dengan perkembangan bisnis UMKM di Kota Bandung, banyak orang tertarik terhadap usaha jasa sewa kendaraan tersebut yang menyebabkan banyaknya pengusaha jasa sewa

kendaraan baru bermunculan. Pengusaha tersebut berasal dari mana saja, mulai dari yang berasal dari Kota Bandung hingga yang berasal dari luar Kota Bandung.

Menurut Dan Steinhoff dan John F. Burges dalam Dharmawati (2016:13), wirausaha adalah orang yang mengorganisir, mengelola dan berani menanggung risiko untuk menciptakan usaha baru dan peluang berusaha. Secara esensi pengertian entrepreneurship adalah suatu sikap mental, pandangan, wawasan serta pola pikir dan pola tindak seseorang terhadap tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya dan selalu berorientasi kepada pelanggan. Atau dapat juga diartikan sebagai semua tindakan dari seseorang yang mampu memberi nilai terhadap tugas dan tanggung jawabnya. Hal ini dapat kita lihat ada beberapa orang yang menciptakan usaha baru jasa sewa kendaraan disekitaran Telkom University karena melihat adanya kebutuhan akan kendaraan oleh mahasiswa Telkom University.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut BPS (bps.go.id) dilihat dari aktivitas ekonominya cakupan usaha mikro, kecil, dan menengah adalah:

- a. Pertambangan milik sendiri,
- b. Industri skala kecil dan kerajinan rumah tangga,
- c. Perusahaan listrik swasta,
- d. Kegiatan konstruksi perseorangan,
- e. Perdagangan, restoran, dan pelayanan akomodasi,
- f. Transportasi perorangan, storage (penyimpanan data), dan aktivitas komunikasi,
- g. Perusahaan penyimpanan dan peminjaman tanpa identitas resmi, usurer, asuransi yang mendukung perusahaan dan tempat pertukaran uang yang dijalankan perorangan,
- h. dan jasa-jasa lainnya

2.2 Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu sikap atau kemampuan untuk membuat sesuatu yang unik dan baru yang mempunyai nilai dan bisa bermanfaat bagi orang lain ataupun dirinya sendiri. Menurut Trihatmoko (2017:21) kewirausahaan (entrepreneurships) adalah suatu aktivitas dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki seseorang atau organisasional yang bertujuan memberikan nilai tambah pada sumber daya tersebut menuju pada pertumbuhan nilai (value) ekonomi yang berkelanjutan..

2.3 Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah hasil pencapaian maksimal dari kegiatan usaha dimana keberhasilan secara nyata dari para wirausaha adalah materi yang semakin meningkat. Menurut Dedy Takdir (2015), salah satu faktor keberhasilan seorang wirausahawan adalah kemampuannya dalam jeli melihat peluang dan memanfaatkannya sebelum dimanfaatkan oleh orang lain. Kemampuan melihat peluang adalah modal dalam memunculkan ide awal untuk berwirausaha. Tidak semua orang mampu melihat peluang apalagi memanfaatkannya, demikian halnya kemampuan melihat peluang tidaklah sama antar setiap orang. Seseorang yang telah mengenal potensi diri yang dimilikinya lebih cenderung memiliki kemampuan untuk melihat dan memanfaatkan peluang yang ada.

2.4 Kerangka Pemikiran

Peneliti menggunakan indikator keberhasilan usaha yang dikemukakan oleh Zaenal (2012) yaitu 1) Pertumbuhan Keuntungan, 2) Pertumbuhan Jumlah Pelanggan, 3) Pertumbuhan Jumlah Penjualan, dan 4) Pertumbuhan Jumlah Aset. Selain itu peneliti juga menggunakan kriteria keberhasilan usaha menurut Shahrzad Khosravi dan Hamidreza Afshari (2011) yaitu 1) *Time Performance*, 2) *Quality Performance* dan 3) *Client Satisfaction*

3. METODE PENELITIAN

Berdasarkan metodologinya, penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka serta dilengkapi dengan pengamatan yang mendalam untuk memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku seseorang atau sekelompok orang tertentu tentang sesuatu hal atau kasus tertentu. Penelitian kualitatif menghasilkan data yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik ataupun prosedur kuantifikasi lainnya untuk mengolah hasil temuannya. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menemukan fakta baru yang tidak terpikirkan sebelumnya (finding another fact).

Berdasarkan keterlibatannya, maka penelitian ini melakukan intervensi data. Dalam penelitian, intervensi data merujuk kepada aktivitas pengendalian data untuk mempengaruhi subjek penelitian dengan menciptakan keadilan antara satu subjek dengan subjek yang lain atau pun untuk mendapatkan hasil penelitian terbaik dari subjek penelitian.

Berdasarkan waktu pelaksanaannya, maka penelitian ini menggunakan penelitian cross-sectional. Dalam penelitian cross-sectional subjek penelitian diberi pertanyaan atau tugas yang sama dan agar data yang diinginkan dapat diperoleh, situasi penelitian atau alat pengumpul datanya dibuat sedemikian rupa sehingga data dari banyak subjek dapat terkumpul dalam waktu yang relatif singkat.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pembahasan Hasil Penelitian

Terdapat 7 variabel keberhasilan usaha yang terdiri dari 10 sub variabel yang dianalisis terhadap 3 narasumber pemilik usaha jasa sewa kendaraan, yaitu N1, N2, dan N3 dalam penelitian ini meliputi:

1. Pertumbuhan Keuntungan
 - a. Pendapatan Usaha

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga narasumber mengalami pertumbuhan keuntungan. N1 mengalami pertumbuhan keuntungan sekitar 30 persen setiap tahunnya, dimana ketika memulai usaha keuntungan awal yang dihasilkan sebesar 2 juta rupiah dan pada saat ini keuntungan yang dihasilkan sebesar 25 juta rupiah. N2 mengalami pertumbuhan keuntungan sekitar 25 persen setiap tahunnya, dimana ketika memulai usaha keuntungan awal yang dihasilkan sebesar 600 ribu rupiah dan pada saat ini keuntungan yang dihasilkan sebesar 10 juta rupiah. N3 mengalami pertumbuhan keuntungan sekitar 25-35 persen setiap tahunnya, dimana ketika memulai usaha keuntungan awal yang dihasilkan sebesar 4 juta rupiah dan pada saat ini keuntungan yang dihasilkan sebesar 20 juta rupiah.
2. Pertumbuhan Jumlah Pelanggan
 - a. Pelanggan/Target Pasar Awal

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga narasumber menjadikan mahasiswa Telkom University sebagai pelanggan/target pasar awal usaha. Hal tersebut tidak lepas karena tingginya permintaan akan sewa kendaraan di lingkungan mahasiswa Telkom University. Salah satu faktor tingginya permintaan akan sewa kendaraan di lingkungan mahasiswa adalah banyaknya mahasiswa yang berasal dari luar kota Bandung sehingga tidak memiliki kendaraan pribadi di Kota Bandung. N1 memiliki 12.500 pelanggan yang merupakan mahasiswa Telkom University, N2 memiliki 3.200 pelanggan yang merupakan mahasiswa Telkom University dan N3 memiliki 6000 pelanggan yang merupakan mahasiswa Telkom University.
 - b. Pelanggan/Target Pasar Baru

Hasil wawancara menunjukkan bahwa N1 dan N2 memilih untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sedangkan N3 memilih untuk fokus terhadap pasar yang merupakan target awal dari usaha yang dijalankan. Hal tersebut berpengaruh terhadap pertumbuhan jumlah pelanggan yang dimiliki oleh ketiga narasumber tersebut. N1 yang memiliki kurang lebih 13 ribu pelanggan, sekitar 12.500 sampai 12.700 pelanggan merupakan pelanggan yang berasal dari target pasar awal dan sekitar 300 pelanggan berasal dari target pasar baru yang merupakan bukan mahasiswa dengan pertumbuhan pelanggan target pasar baru sebesar 1 persen. N2 memiliki kurang lebih 4500-5000 pelanggan, sekitar 3200 pelanggan merupakan pelanggan yang berasal dari target pasar awal dan sekitar 1500 pelanggan berasal dari target pasar baru yaitu wisatawan dengan pertumbuhan pelanggan target pasar baru sebesar 5 persen. Sedangkan N3 memiliki kurang lebih 6000 pelanggan yang mana semuanya berasal dari target pasar awal, karena narasumber tidak memiliki target pasar yang baru.
3. Pertumbuhan Jumlah Aset
 - a. Aset Pribadi

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga narasumber memulai usaha dengan menggunakan modal pribadi yang berasal dari tabungan sewaktu masih kerja dan juga modal yang dibantu oleh orang tua. Aset pribadi yang dimiliki oleh N1 ketika memulai

usaha lebih besar dibandingkan N2 dan N3. N1 memiliki rumah dan kos-kosan ketika awal mendirikan usaha. Selain itu N1 juga memiliki modal pribadi sebesar 50 juta rupiah yang digunakan untuk DP 2 unit mobil. Berbeda dengan N2 dan N3, N2 dan N3 memulai usaha hanya melalui kamar kosan dan modal yang hanya cukup untuk membeli sepeda motor saja. N2 memiliki modal 15 juta rupiah yang digunakan untuk membeli 1 unit sepeda motor yang sebenarnya merupakan kendaraan pribadi narasumber dan N3 memiliki modal 30 juta rupiah yang digunakan untuk membeli 2 unit sepeda motor untuk disewakan kepada pelanggan.

b. Aset Usaha

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga narasumber sudah membedakan antara aset pribadi dengan aset usahanya, selain itu aset usaha yang dimiliki pada saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup baik dibandingkan dengan aset yang dimiliki ketika memulai usaha. N1 ketika memulai usaha memiliki aset yaitu rumah, kos-kosan dan uang sebesar 50 juta rupiah yang digunakan untuk DP 2 unit mobil. Pada saat ini N1 memiliki aset yang merupakan aset usaha yaitu 6 unit mobil, 10 unit motor, kantor dan pencucian mobil. N2 ketika memulai usaha memiliki aset yaitu uang sebesar 15 juta rupiah yang digunakan untuk membeli 1 unit motor yang juga sebagai kendaraan pribadi narasumber. Pada saat ini N2 memiliki aset yang merupakan aset usaha yaitu 3 unit mobil, 15 unit motor, dan kantor yang masih menyewa. N3 ketika awal memulai usaha memiliki aset yaitu uang sebesar 30 juta rupiah yang digunakan untuk membeli 2 unit motor yang akan disewakan. Pada saat ini N3 memiliki aset yang merupakan aset usaha yaitu 10 unit mobil yang mana 4 diantaranya adalah mobil yang dititipkan oleh orang untuk disewakan, 20 unit motor dan kantor kecil-kecilan.

4. Pertumbuhan Jumlah Penjualan

a. Penjualan Jasa

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga narasumber mengalami pertumbuhan jumlah penjualan jasa. N1 yang ketika memulai usaha hanya mampu menjual jasa sebanyak 20-30 kali dalam sebulan, pada saat ini mampu menjual jasa sebanyak 200 kali dalam sebulan. N2 yang ketika memulai usaha hanya mampu menjual jasa sebanyak 10 kali dalam sebulan, pada saat ini mampu menjual jasa sebanyak 110-120 kali dalam sebulan. N3 yang ketika memulai usaha hanya mampu menjual jasa sebanyak 50 kali dalam sebulan, pada saat ini mampu menjual jasa sebanyak 130 kali dalam sebulan.

5. *Time Performance*

a. Efisiensi Waktu

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga narasumber pada saat ini sudah memerhatikan efisiensi waktu dan menganggap pentingnya efisiensi waktu dalam menjalankan suatu usaha. N1 yang mulai menyadari pentingnya efisiensi waktu pada saat usaha sudah berjalan selama 2 tahun karena narasumber merasa waktu yang digunakan untuk mengantar dan menjemput kendaraan selama ini tidak efisien yang membuat konsumen lama menunggu akan datangnya kendaraan yang telah dipesan. N3 juga demikian, mulai menyadari pentingnya efisiensi waktu pada saat usaha berjalan selama 1 tahun karena ada konsumen yang telah menghubungi usaha sewa kendaraan lain tetapi respon dari usaha tersebut sangat lama, sehingga konsumen akhirnya datang langsung ke kantor usaha N3 untuk melakukan penyewaan kendaraan. Berbeda dengan N1 dan N3, N2 sudah menyadari pentingnya efisiensi waktu sejak awal usaha berdiri karena narasumber yang merupakan alumni Telkom University pernah mengalami pengalaman yang kurang baik sewaktu masih mahasiswa ketika ingin menyewa kendaraan di usaha sewa kendaraan yang lain terkait efisiensi waktu, yaitu respon dan pengantaran kendaraan yang dipesan sangat lama.

6. *Quality Performance*

a. Keandalan Layanan

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga narasumber sudah menepati janji yang telah diberikan kepada konsumen, walaupun terkadang ada kendala yang dialami ketika melakukan pelayanan sesuai janji yang diberikan. N1 memberikan janji yaitu harga yang kompetitif, kendaraan yang bersih, kendaraan yang terawat dan siap pakai, dan delivery service yang tepat waktu. N1 mengaku pernah mengalami kendala terkait delivery kendaraan karena ada pegawai yang libur. N2 memberikan janji yaitu kendaraan layak pakai, bersih, dan pengantaran maupun penjemputan kendaraan yang tepat waktu. N2

mengaku pernah mengalami kendala terkait pengantaran kendaraan karena narasumber sedang ada urusan keluarga sehingga konsumen harus datang langsung ke kantor untuk mengambil kendaraan yang akan disewa. N3 memberikan janji yaitu antar jemput kendaraan tepat waktu, respon yang cepat, kendaraan yang baik dan handal, dan harga yang lebih murah dari rental lain. N3 mengaku pernah mengalami kendala terkait kebersihan kendaraan karena konsumen yang secara tiba-tiba mengganti unit kendaraan yang ingin disewa, sementara unit yang ingin disewa baru saja kembali dan belum sempat dibersihkan.

b. Perawatan Produk

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga narasumber sudah melakukan perawatan rutin armada usaha dengan cukup baik. Selain itu N1 dan N2 juga melakukan perbaikan armada ketika mengalami masalah saat sedang digunakan oleh konsumen sebagai rasa tanggung jawab dengan usaha yang dijalankan. N1 mengatakan perawatan yang dilakukan rutin sekali dalam sebulan termasuk jika ada sparepart yang sudah rusak dan harus diganti dan juga pengecekan oli dan mesin secara keseluruhan. N2 mengatakan perawatan kendaraan rutin dilakukan sekali dalam dua bulan, tetapi untuk kebersihan kendaraan dilakukan setiap hari ketika kendaraan selesai disewa. N3 mengatakan perawatan kendaraan rutin dilakukan sekali dalam sebulan di bengkel resmi dan jika diharuskan melakukan pergantian sparepart maupun oli supaya kondisi kendaraan kembali prima.

7. *Client Satisfaction*

a. Tanggapan Emosional Sesudah Menggunakan Jasa

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga narasumber sangat memperhatikan kepuasan dari pelanggan usaha yang mereka jalankan. Ketiga narasumber mengatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi usaha yang mereka jalankan. N1 mengatakan selalu komitmen dengan apa yang telah dijanjikan kepada konsumen di awal. Hal tersebut berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimiliki oleh narasumber, dibuktikan dengan ada sekitar 10 orang pelanggan yang memesan kembali dalam satu bulan. N2 melakukan beberapa hal untuk mendapatkan kepuasan pelanggan yaitu menepati janji, kendaraan yang bersih, pelayanan yang ramah dan respon yang cepat. Hal tersebut berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimiliki oleh narasumber, dibuktikan dengan ada sekitar 3 orang pelanggan yang memesan kembali dalam satu bulan. N3 juga melakukan beberapa hal untuk mendapatkan kepuasan pelanggan seperti memberikan pelayanan terbaik dan menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan sebelum dan sesudah menggunakan jasa yang ditawarkan. Hal tersebut berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimiliki oleh narasumber, dibuktikan dengan ada sekitar 10 orang pelanggan yang memesan kembali dalam satu bulan.

Tabel 1. Keberhasilan Usaha Menurut Pelaku Usaha Jasa Sewa Kendaraan

No	Variabel	Keberhasilan Usaha menurut Pelaku Usaha Jasa Sewa Kendaraan
1	Pertumbuhan Keuntungan	
	Pendapatan Usaha	Pendapatan usaha yang dihasilkan pada saat ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan pendapatan usaha yang dihasilkan pada saat awal memulai usaha
2	Pertumbuhan Jumlah Pelanggan	
	Pelanggan/Target Pasar Awal	Jumlah pelanggan yang merupakan target pasar awal usaha mengalami peningkatan dibandingkan ketika awal memulai usaha.
	Pelanggan/Target Pasar Baru	2 dari 3 narasumber memperluas pasar dengan cara mencari pelanggan baru yang bukan berasal dari target pasar awal mendirikan usaha.
3	Pertumbuhan Jumlah Aset	
	Aset Pribadi	2 dari 3 narasumber menggunakan aset pribadi berupa modal usaha yang jumlahnya tidak banyak ketika memulai usaha.

No	Variabel	Keberhasilan Usaha menurut Pelaku Usaha Jasa Sewa Kendaraan
	Aset Usaha	Aset pribadi dan aset usaha sudah dibedakan. Aset usaha yang dimiliki pada saat ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan dengan aset pribadi yang dimiliki ketika awal mendirikan usaha.
4	Pertumbuhan Jumlah Penjualan	
	Penjualan Jasa	Jumlah penjualan mengalami pertumbuhan tiap tahunnya. Pada saat ini jumlah penjualan mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan jumlah penjualan di bulan pertama awal berdirinya usaha.
5	Time Performance	
	Efisiensi Waktu	Penggunaan waktu seefektif mungkin yang berdampak pada keberlangsungan usaha yang semakin baik.
6	Quality Performance	
	Kehandalan Layanan	Berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan yang sesuai dengan janji yang telah diberikan.
	Perawatan Produk	Perusahaan jasa sewa kendaraan wajib mempunyai armada yang terbaik, oleh karena itu pelaku usaha harus melakukan perawatan rutin sebagaimana mestinya.
7	Client Satisfaction	
	Tanggapan Emosional Sesudah Menggunakan Jasa	Kepuasan pelanggan menjadi salah satu hal yang paling diperhatikan pelaku usaha jasa sewa kendaraan. Pelanggan yang menganggap suatu usaha itu baik akan bersikap loyal kepada usaha tersebut.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah didapatkan pada bab sebelumnya dan dengan disertai teori-teori pendukung yang ada dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Usaha jasa sewa kendaraan yang berada di lingkungan Universitas Telkom dapat dikatakan berhasil karena memenuhi kriteria keberhasilan usaha dan indikator keberhasilan usaha yang telah dijelaskan pada bab 2.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai keberhasilan usaha pada usaha jasa sewa kendaraan yang berada di lingkungan Universitas Telkom, maka peneliti mengajukan beberapa saran yaitu:

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan informasi bahwa usaha jasa sewa kendaraan di lingkungan Universitas Telkom mengalami keberhasilan dalam menjalankan usahanya. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan lebih banyak indikator dan kriteria keberhasilan usaha untuk melakukan identifikasi dalam keberhasilan suatu usaha. Selain itu penelitian ini hanya bertujuan untuk melakukan identifikasi keberhasilan usaha pada 3 unit usaha jasa sewa kendaraan saja, diharapkan penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada lebih banyak objek penelitian dan juga tidak hanya melakukan identifikasi saja melainkan menganalisis faktor keberhasilan suatu usaha.

Bagi pelaku usaha jasa sewa kendaraan yang belum melakukan perluasan pangsa pasar diharapkan untuk melakukan perluasan pangsa pasar, dan untuk yang sudah melakukan perluasan pangsa pasar diharapkan untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen karena dengan pangsa pasar yang lebih luas akan membutuhkan pekerjaan yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. 2019, Januari. *Badan Pusat Statistik*. Retrieved Februari 1, 2019, from Badan Pusat Statistik: www.bps.go.id.

Dharmawati, D. M. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Khosravi, S., & Afshari, H. (2011). A Success Measurement Model For Construction Projects. *International Conference on Financial Management and Economics*, IPEDR vol. 11. Retrieve from Emerald Database.

Takdir, D. S. (2015). *Kewirausahaan*. Diakses tanggal 27 Januari 2019 dari: http://academia.edu/35168990/Buku_6._Kewirausahaan.pdf.

Trihatmoko, A. (2017). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Zaenal, A. (2012). *UMKM Sebagai Tulang Punggung Perekonomian Nasional*. Bandung: Alfabeta.