

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Analisis Deskriptif

5.1.1 Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Hisrich (2008) dalam Sarwono dan Nugroho (2013), pengetahuan kewirausahaan merupakan dasar dari sumber daya kewirausahaan yang terdapat pada individu. Di bawah ini Anda dapat melihat jawaban responden terhadap pengetahuan kewirausahaan responden pada Tabel 5.1 sebagai berikut:

**Tabel 5.1
Jawaban Responden Pengetahuan Kewirausahaan**

No	Pernyataan	Skor					Jumlah (Orang)	Keterangan
		SS	S	KS	TS	STS		
		5	4	3	2	1		
1	Saya sudah memahami pengelolaan usaha yang saya jalankan	19	9	0	0	0	28	Sangat Baik
Total Skor		95	36	0	0	0	131	
2	Saya mempelajari usaha yang saya jalankan melalui teman atau pelaku usaha showroom lainnya	13	13	2	0	0	28	Sangat Baik
Total Skor		65	52	6	0	0	123	
3	Saya terus membuat inovasi dalam mengembangkan usaha showroom saya sesuai dengan selera konsumen	18	10	0	0	0	28	Sangat Baik
Total Skor		90	40	0	0	0	130	
4	Saya dapat mengatur waktu saya dalam menjalankan usaha agar efektif	15	11	2	0	0	28	Sangat Baik
Total Skor		75	44	6	0	0	125	

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2020

Keterangan hasil kuesioner pada tabel 5.1 tentang pengetahuan kewirausahaan menunjukkan bahwa pengetahuan responden adalah sangat baik. Skor tertinggi yaitu pada pernyataan pertama tentang “Saya sudah memahami pengelolaan usaha yang saya jalankan” dengan skor 131 dan kategori sangat baik. Ini mengindikasikan jika pengetahuan responden dalam mengelola showroomnya sudah sangat baik. Hal tersebut dikarenakan pengalaman responden dalam menjalankan bisnis jual beli mobil bekas. Sedangkan skor terendah yaitu pada pernyataan nomor 2 tentang “Saya mempelajari usaha yang saya jalankan melalui teman atau pelaku usaha showroom lainnya” dengan skor 123 dan kategori sangat baik. Hal ini mengindikasikan jika responden sebelum mendirikan showroom mobil terlebih dahulu responden mempelajari bisnis showroom mobil.

5.1.2 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran (Suryana 2014:137) merupakan kombinasi kinerja kewirausahaan dan pengujian dan hasil riset pasar sebelumnya untuk merumuskan strategi pemasaran yang sukses. Di bawah ini Anda dapat melihat jawaban responden terhadap strategi pemasaran responden pada Tabel 5.2 sebagai berikut:

Tabel 5.2
Jawaban Responden Strategi Pemasaran

No	Pernyataan	Skor					Jumlah (Orang)	Keterangan
		SS	S	KS	TS	STS		
		5	4	3	2	1		
1	Saya hanya menjual mobil-mobil yang berkualitas baik	23	5	0	0	0	28	Sangat Baik
Total Skor		115	20	0	0	0	135	
2	Saya mendirikan showroom ini di lokasi yang strategis	13	14	0	1	0	28	Sangat Baik
Total Skor		65	56	0	2	0	123	
3	Harga mobil yang saya jual sesuai dengan kualitas mobil tersebut	22	6	0	0	0	28	Sangat Baik
Total Skor		110	24	0	0	0	134	
4	Saya menggunakan media periklanan untuk mempromosikan showroom saya	11	11	6	0	0	28	Baik
Total Skor		55	44	18	0	0	117	
5	Tata ruang di showroom saya sudah bagus untuk menarik konsumen datang ke showroom	13	13	1	1	0	28	Sangat Baik
Total Skor		65	52	3	2	0	122	

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2020

Keterangan hasil kuesioner pada tabel 5.2 tentang strategi pemasaran menunjukkan bahwa rata-rata strategi pemasaran adalah sangat baik. Skor tertinggi yaitu pada pernyataan pertama tentang “Saya hanya menjual mobil-mobil yang berkualitas baik” dengan skor 135 dan kategori sangat baik. Ini mengindikasikan jika pengetahuan responden dalam mengelola showroomnya sudah sangat baik. Hal tersebut dikarenakan pengalaman responden dalam menjalankan bisnis jual beli mobil bekas. Sedangkan skor terendah yaitu pada pernyataan nomor 4 tentang “Saya menggunakan media periklanan untuk mempromosikan showroom saya” dengan skor 117 dan kategori baik. Hal ini mengindikasikan jika sebagian responden belum melakukan promosi melalui media periklanan.

5.1.3 Manajemen Keuangan Perusahaan

Manajemen keuangan mengacu pada pengelolaan dana yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan dalam bisnis sesuai dengan tujuan bisnis, yang mencakup perkiraan dan perkiraan kebutuhan modal untuk investasi, modal kerja dan arus kas; termasuk pendapatan sampingan, biaya langsung (biaya produksi) dan biaya tidak langsung (Biaya pemasaran, umum dan depresiasi) rincian biaya, laba sebelum pajak, taksiran pajak, laba setelah pajak dan arus kas setelah pajak (Suryana, 2014 : 138). Dibawah ini bisa dilihat jawaban responden terhadap manajemen keuangan responden di tabel 5.3 sebagai berikut :

Tabel 5.3
Jawaban Responden Manajemen Keuangan

No	Pernyataan	Skor					Jumlah (Orang)	Keterangan
		SS	S	KS	TS	STS		
		5	4	3	2	1		
1	Saya telah membuat perencanaan keuangan untuk investasi showroom	16	11	1	0	0	28	Sangat Baik
Total Skor		80	44	3	0	0	127	
2	Saya mempertimbangkan sumber dana (hutang atau modal sendiri) perusahaan saya dengan cermat	16	12	0	0	0	28	Sangat Baik
Total Skor		80	48	0	0	0	128	
3	Saya telah mempertimbangkan pembagian hasil usaha (Prive / Re-Investasi) dengan cermat	15	13	0	0	0	28	Sangat Baik
Total Skor		75	52	0	0	0	127	
4	Saya selalu melakukan pencatatan atas transaksi / pembukuan atas transaksi	15	11	2	0	0	28	Sangat Baik
Total Skor		75	44	6	0	0	125	

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2020

Keterangan hasil kuesioner pada tabel 5.3 tentang manajemen keuangan menunjukkan bahwa rata-rata manajemen keuangan responden adalah sangat baik. Skor tertinggi yaitu pada pernyataan pertama tentang “Saya mempertimbangkan sumber dana (hutang atau modal sendiri) perusahaan saya dengan cermat” dengan skor 128 dan kategori sangat baik. Ini mengindikasikan jika responden dalam mengelola showroomnya sudah sangat baik dengan memperhitungkan kebutuhan modal usaha. Sedangkan skor terendah yaitu pada pernyataan nomor 4 tentang “Saya selalu melakukan pencatatan atas transaksi / pembukuan atas transaksi” dengan skor 125 dan kategori sangat baik. Hal ini mengindikasikan jika sebagian responden bekerjasama dengan makelar untuk bagi hasil atas penjualan mobil.

5.1.4 Keberhasilan Usaha

Ranto (2007) berpendapat bahwa kesuksesan berwirausaha tidak persis sama dengan kesuksesan seseorang saat mengumpulkan uang atau harta dan menjadi kaya, karena kekayaan bisa didapat dengan berbagai cara, sehingga menjadi nilai tambah. Di bawah ini Anda dapat melihat jawaban responden atas keberhasilan usaha responden pada Tabel 5.4 sebagai berikut:

Tabel 5.4
Jawaban Responden Keberhasilan Usaha

No	Pernyataan	Skor					Jumlah (Orang)	Keterangan
		SS	S	KS	TS	STS		
		5	4	3	2	1		
1	Usaha showroom saya setiap bulannya mendapatkan keuntungan atau laba	13	14	1	0	0	28	Sangat Baik
Total Skor		65	56	3	0	0	124	
2	Aset saya senantiasa bertambah selama 2 tahun berturut-turut	8	10	10	0	0	28	Baik
Total Skor		40	40	30	0	0	110	
3	Penjualan mobil di showroom saya mengalami peningkatan selama 3 bulan terakhir	3	6	8	11	0	28	Kurang Baik
Total Skor		15	24	24	22	0	85	
4	Usaha showroom yang saya miliki mempunyai daya saing yang kuat untuk bersaing dengan showroom lain	15	10	3	0	0	28	Sangat Baik
Total Skor		75	40	9	0	0	124	

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2020

Keterangan hasil kuesioner pada tabel 5.4 tentang keberhasilan usaha menunjukkan bahwa rata-rata keberhasilan usaha responden adalah sangat baik. Skor tertinggi yaitu pada pernyataan pertama tentang “Usaha showroom saya setiap bulannya mendapatkan keuntungan atau laba” dan “Usaha showroom yang saya miliki mempunyai daya saing yang kuat untuk bersaing dengan showroom lain dengan skor 124 dan kategori sangat baik. Ini mengindikasikan jika usaha bisnis showroom mobil yang ditunjukkan pada dengan setiap bulannya showroom responden mendapatkan laba dan memiliki daya saing dengan showroom lain. Sedangkan skor terendah yaitu pada pernyataan nomor 3 tentang “Penjualan mobil di showroom saya mengalami peningkatan selama 3 bulan terakhir” dengan skor 85 dan kategori kurang baik. Hal ini mengindikasikan jika sebagian responden

selama 3 bulan terakhir mengalami penurunan penjualan, hal ini diakibatkan pandemi covid-19 yang menyebabkan penjualan showroom mobil menurun.

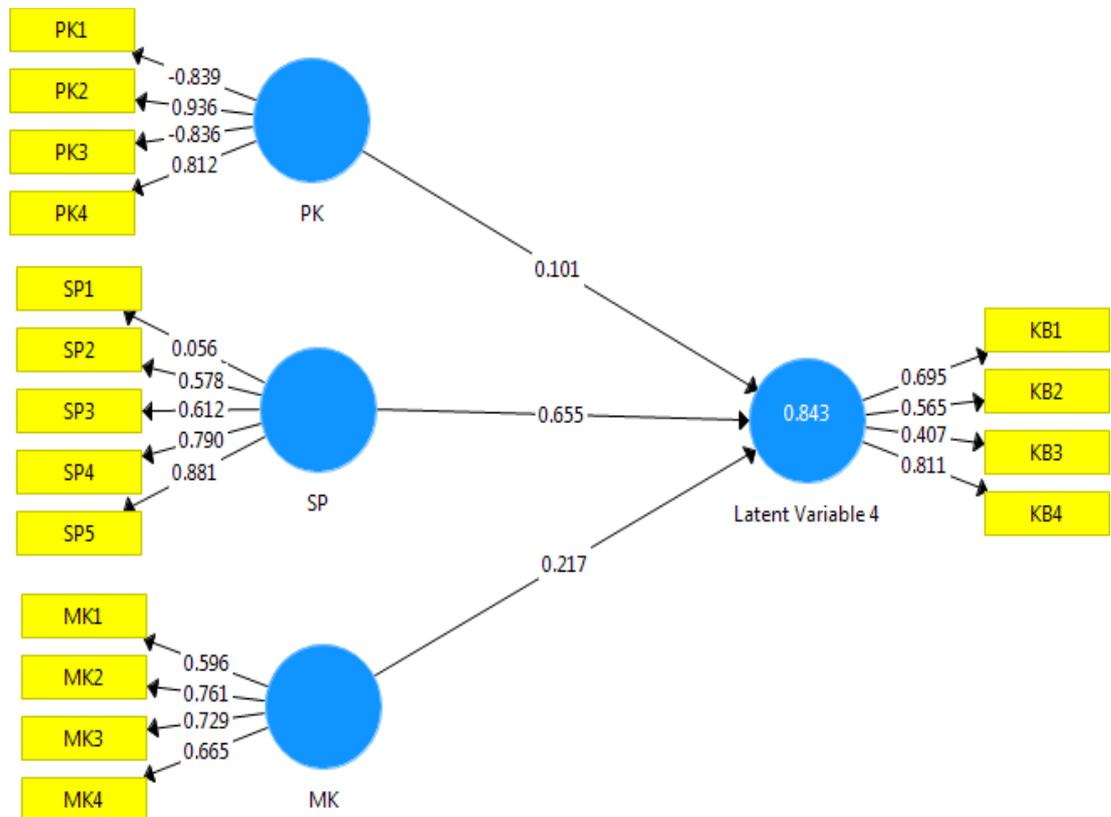
5.2 Analisis Data

Teknik pengolahan data menggunakan metode SEM berbasis variabel, Partial Least Squares (PLS), memerlukan dua tahap untuk mengevaluasi model fit model penelitian (Ghozali, 2006). Tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

5.2.1 Menilai Outer Model atau Measurement Model (Model Pengukuran)

1. Outer Loadings

Saat menggunakan teknologi analisis data SmartPLS 3 untuk mengevaluasi model eksternal, ada tiga kriteria, yaitu validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit. Berdasarkan korelasi antara skor item/skor komponen yang diestimasi menggunakan SmartPLS 3, dievaluasi efektivitas konvergensi model pengukuran dengan indeks refleksi. Jika korelasi antara pengukuran refleksi tunggal dan konfigurasi pengukuran melebihi 0,70, maka dianggap tinggi. Namun menurut Chin, 1998 (dalam Ghozali, 2006) penelitian eksploratif atau penelitian awal dan pengembangan memuat nilai skala pengukuran 0,5 sampai 0,6, itu dianggap cukup. Dalam penelitian ini, batas faktor beban 0,60 akan digunakan.



Gambar 5.1
Outer Model

Berikut ini merupakan tabel outer loading hasil kalkulasi algoritma untuk outer model.

Tabel 5.5
Outer Loadings Indikator ke Dimensi

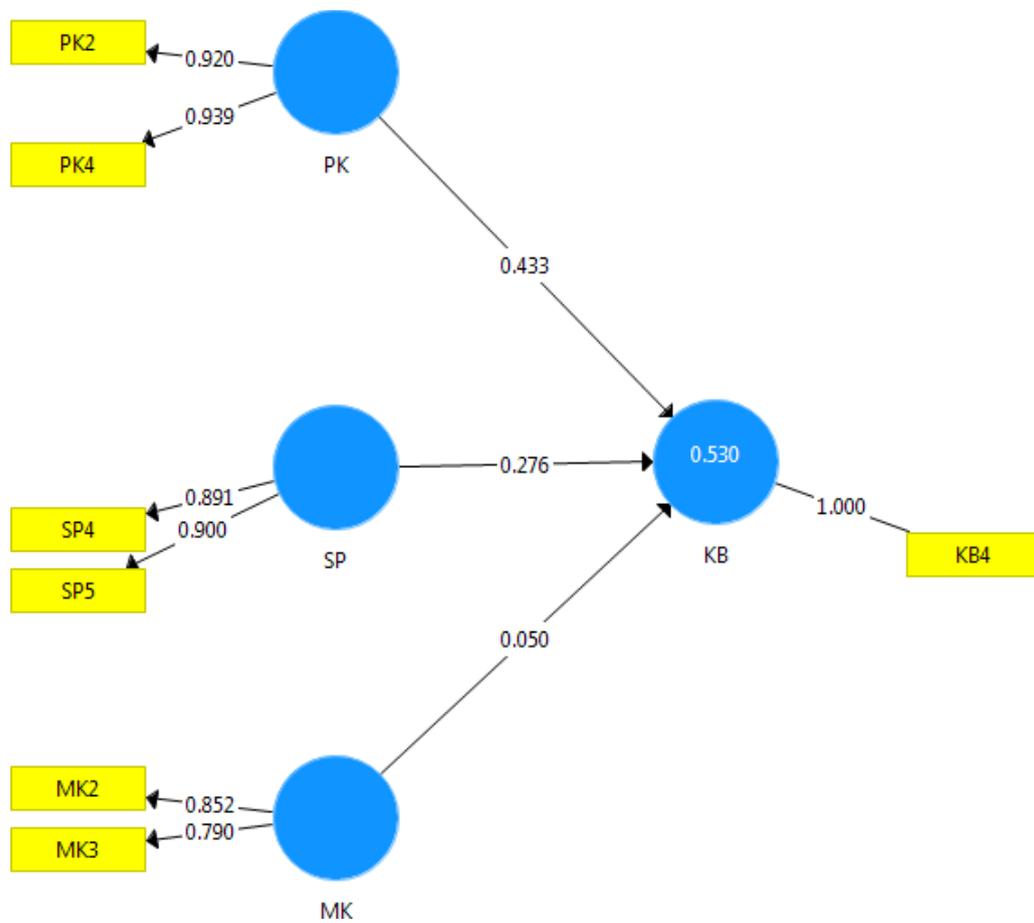
Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Pengetahuan Kewirausahaan		
PK1	-0,839	Tidak Valid
PK2	0,936	Valid
PK3	-0,836	Tidak Valid
PK4	0,812	Valid

	Strategi Pemasaran	
SP1	0,056	Tidak Valid
SP2	0,578	Tidak Valid
SP3	0,612	Tidak Valid
SP4	0,790	Valid
SP5	0,881	Valid
	Manajemen Keuangan	
MK1	0,596	Tidak Valid
MK2	0,761	Valid
MK3	0,729	Valid
MK4	0,665	Tidak Valid
	Keberhasilan Usaha (Y)	
KB1	0,695	Tidak Valid
KB2	0,565	Tidak Valid
KB3	0,407	Tidak Valid
KB4	0,811	Valid

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2020

Hasil penggunaan SmartPLS ditunjukkan pada Tabel 5.1. Korelasi antara nilai atau konstruk model eksternal dengan variabel awalnya tidak memenuhi validitas konvergensi, karena masih cukup sedikit indikator dengan nilai loading factor di bawah 0,70.

Nilai loading factor yang berada dibawah 0,70 didrop/dihapus karena tidak sesuai dengan kriteria validitas. Setelah dilakukan penghapusan pada indikator yang tidak valid, selanjutnya dilakukan kalkulasi ulang. Berikut merupakan gambar model yang sudah dikalkulasi ulang.



Gambar 5.2

Outer Loadings Setelah Dikalkulasi Ulang

Gambar 5.2 mengindikasikan terdapat beberapa indikator yang didrop dari model sehingga hanya tersisa indikator yang nilainya valid. Berikut merupakan tabel outer loading hasil kalkulasi ulang untuk outer model (Measurement Model):

Tabel 5.6 Outer Loadings Setelah Dikalkulasi Ulang

Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
	Pengetahuan Kewirausahaan	
PK2	0,920	Valid
PK4	0,939	Valid
	Strategi Pemasaran	
SP4	0,891	Valid
SP5	0,900	Valid
	Manajemen Keuangan	
MK2	0,852	Valid
MK3	0,780	Valid
	Keberhasilan Usaha (Y)	
KB4	1,000	Valid

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2020

Model eksternal yang dihitung ulang ditunjukkan pada Tabel 5.2 Nilai semua faktor beban lebih tinggi dari 0,70, sehingga konstruksi semua variabel tidak dihapus dari model.

2. Mengevaluasi *Reliability*

Uji reliabilitas digunakan saat mengukur kuesioner dimana merupakan indikator variabel. Uji statistik dimana dipakai untuk mengukur reliabilitas ialah Cronbach Alpha (α). Jika Cronbach Alpha suatu variabel lebih besar dari 0,70 ($>0,70$), variabel tersebut dianggap reliabel. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5.7
Nilai Cronbach's Alpha

	PK	SP	MK	KB
Reliability	0,844	0,753	0,520	1,000

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2020

Berdasarkan tabel di atas bisa diketahui jika hampir seluruh variabel memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,70 ($\alpha > 0,70$), hanya variabel manajemen keuangan yang lebih kecil dari 0,70. Untuk mengatasi hal tersebut maka dilakukan penghapusan indikator manajemen keuangan yang terkecil yaitu pada indikator manajemen keuangan yang ketiga dengan nilai outer loadings sebesar 0,780. Setelah itu dilakukan pengujian ulang pada uji outer loadings dan hasilnya bisa dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.8 Outer Loadings Setelah Dikalkulasi Ulang Kedua

Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
	Pengetahuan Kewirausahaan	
PK2	0,920	Valid
PK4	0,939	Valid
	Strategi Pemasaran	
SP4	0,891	Valid
SP5	0,900	Valid
	Manajemen Keuangan	
MK2	1,000	Valid
	Keberhasilan Usaha (Y)	
KB4	1,000	Valid

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2020

Model eksternal setelah perhitungan ulang kedua ditunjukkan pada Tabel 5.8 Semua faktor beban berada di atas 0,70, sehingga tidak ada struktur untuk menghilangkan semua variabel dari model. Hasil uji reliabilitas retest ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5.9
Nilai Cronbach's Alpha

	PK	SP	MK	KB
Reliability	0,844	0,753	1,000	1,000

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2020

Menurut tabel di atas, Cronbach Alpha masing-masing variabel lebih besar dari 0,70 ($\alpha > 0,70$). Hasil uji reliabilitas instrumen pada tabel mengindikasikan $>0,70$, dan bisa dikatakan jika semua variabel dalam penelitian ini reliabel.

Standar keandalan juga bisa dilihat dari nilai keandalan struktur. Jika nilainya 0,70, struktur tersebut dianggap memiliki keandalan yang tinggi. di atas meja

5.2 Nilai reliabilitas gabungan dari semua variabel akan disajikan.

Tabel 5.10
Nilai Composite Reliability

	PK	SP	MK	KB
Reliability	0,927	0,890	1,000	1,000

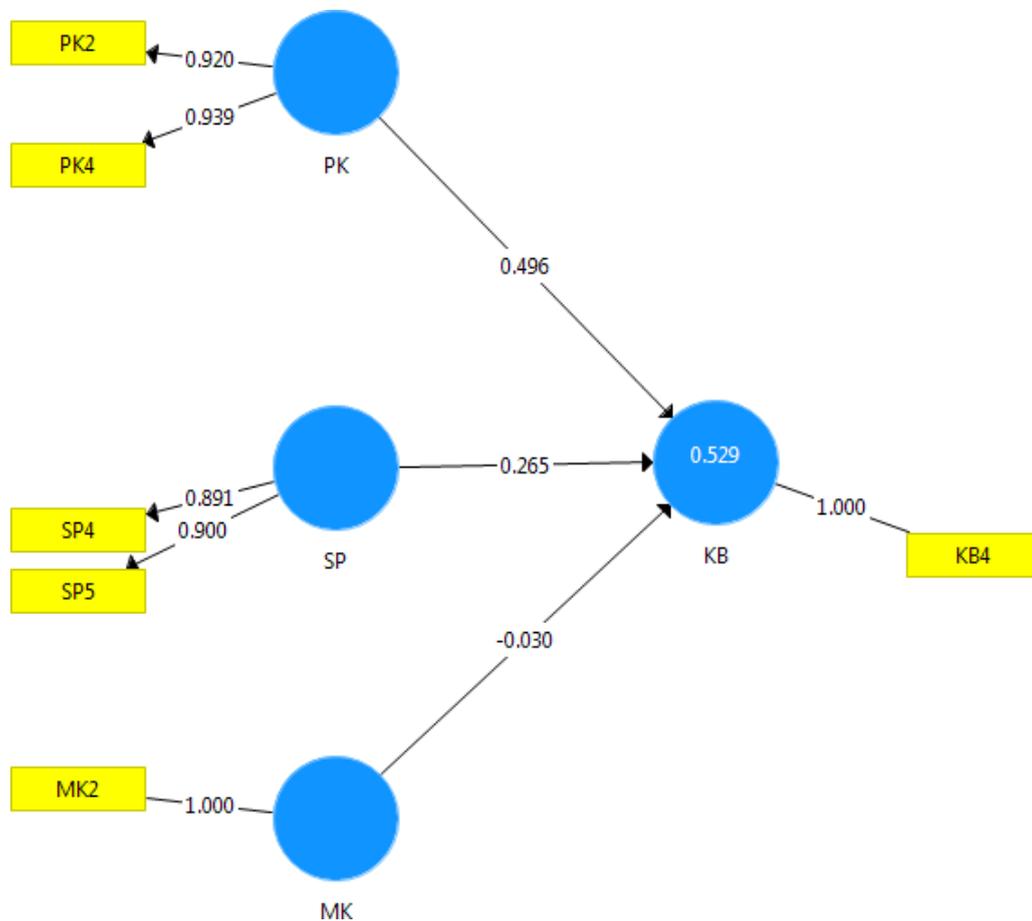
Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2020

Berdasarkan Tabel 5.10, bisa dikatakan jika semua struktur memenuhi standar keandalan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai reliabilitas komprehensif lebih tinggi dari 0,70.

5.2.2 Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Melakukan pengujian model internal atau model struktural untuk melihat hubungan antara struktur model penelitian, nilai signifikansi dan R-kuadrat.

Untuk signifikansi korelasi struktur dan koefisien parameter jalur struktural dari uji t, R-square digunakan untuk mengevaluasi model struktural.



Gambar 5.3
Model Struktural

1. Path Coefficient

Evaluasi koefisien jalur digunakan untuk mengindikasikan seberapa kuat variabel independen mempengaruhi atau dipengaruhi variabel dependen. Sementara itu, berdasarkan skema model struktural yang ditunjukkan pada Gambar 5.3 di atas, bisa dijelaskan jika nilai koefisien jalur maksimum diwakili oleh pengaruh variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan perusahaan,

dan nilai koefisien jalur adalah 0,496 . Kemudian untuk variabel strategi pemasaran nilai koefisien jalurnya sebesar 0,265, dan nilai koefisien jalur pengelolaan keuangan pada tingkat keberhasilan usaha sebesar -0,030.

Bisa dilihat dari uraian hasil jika semakin besar koefisien jalur suatu variabel bebas pada variabel terikat, maka semakin kuat dampak variabel bebas pada variabel terikat.

2. Uji Keباikan Model

Koefisien determinasi (R-Square) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lain. Chin mengatakan jika R² variabel laten endogen dalam model struktural adalah 0,67 ke atas, mengindikasikan bahwa pengaruh variabel eksogen (pengaruh) terhadap variabel endogen (terpengaruh) termasuk dalam kategori baik. Sedangkan jika hasilnya 0,33-0,67 termasuk dalam kategori sedang, dan jika hasilnya 0,19-0,33 termasuk pada kategori lemah.

Saat menggunakan PLS untuk mengevaluasi model, pertama-tama lihat R-square dari setiap variabel laten dependen. Tabel 5.11 merupakan hasil estimasi R-squared menggunakan SmartPLS 3.

Tabel 5.11
Nilai R-Square

Variabel	R-Square
Keberhasilan Usaha	0,529

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2020

Tabel 5.9 mengindikasikan hasil untuk nilai R-square sebesar 52,9% variabel keberhasilan usaha dipengaruhi oleh variabel pengetahuan kewirausahaan, strategi pemasaran dan manajemen keuangan. Hal ini mengindikasikan dampak pengetahuan kewirausahaan, strategi pemasaran dan manajemen keuangan pada tingkat keberhasilan usaha termasuk kategori lemah. Sisa 47,1% keberhasilan usaha dipengaruhi faktor lain diluar model penelitian ini.

5.2.3 Pengujian Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna untuk mempelajari hubungan antar variabel. Dasar pengujian hipotesis adalah nilai bobot internal yang dimasukkan dalam hasil keluaran. Tabel 5.10 memberikan perkiraan keluaran yang digunakan untuk menguji model struktural.

Tabel 5.12

Result for Inner Weights

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic (O/STDEV)	P Values
PK > KB	0,496	0,506	0,414	1,198	0,232
SP > KB	0,265	0,260	0,380	0,698	0,486
MK > KB	-0,030	-0,042	0,231	0,129	0,897

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2020

Dalam PLS, uji statistik dari setiap hubungan hipotetis dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini, metode Bootstrap diterapkan pada sampel. Pengujian terpandu juga bertujuan untuk meminimalkan masalah dengan data penelitian yang tidak normal. Hasil pengujian bootstrap analisis PLS adalah sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan pada tingkat keberhasilan usaha

Hasil pengujian hipotesis mengindikasikan jika hubungan variabel pengetahuan kewirausahaan dengan Keberhasilan usaha mengindikasikan koefisien jalur sebesar 0,496, Nilai P Values sebesar 0,232 yang berarti $> 0,05$. Hasil ini mengindikasikan jika pengetahuan kewirausahaan berdampak positif dan tidak signifikan pada keberhasilan usaha. Dengan hasil tersebut maka bisa dinyatakan bahwa hipotesis dimana mengatakan jika variabel pengetahuan kewirausahaan berdampak positif signifikan pada tingkat keberhasilan usaha tidak dapat diterima.

2. Uji Hipotesis Pengaruh Strategi Pemasaran pada tingkat keberhasilan usaha

Hasil pengujian hipotesis mengindikasikan jika hubungan variabel strategi pemasaran dengan Keberhasilan usaha mengindikasikan koefisien jalur sebesar 0,265, Nilai P Values sebesar 0,486 dimana berarti $> 0,05$. Hasil ini mengindikasikan jika strategi pemasaran berdampak positif tidak signifikan pada tingkat keberhasilan usaha. Dengan hasil tersebut maka bisa dinyatakan jika hipotesis yang mengatakan jika variabel strategi pemasaran berdampak positif signifikan pada tingkat keberhasilan usaha tidak dapat diterima.

3. Uji Hipotesis Pengaruh Manajemen Keuangan pada tingkat keberhasilan usaha

Dari hasil uji hipotesis, diketahui koefisien jalur sebesar -0,030 dan nilai P-Values dimana membentuk dampak manajemen keuangan pada tingkat keberhasilan usaha ialah sebesar 0,897 yang berarti $> 0,05$. Hasil ini mengindikasikan jika manajemen keuangan berdampak positif tidak signifikan pada tingkat keberhasilan usaha. Dengan hasil tersebut maka bisa dinyatakan bahwa hipotesis yang mengatakan jika variabel manajemen keuangan berdampak positif signifikan pada tingkat keberhasilan usaha tidak dapat diterima.

5.2.4 Analisis Hasil

Berdasarkan hasil penelitian mengindikasikan jika pengetahuan kewirausahaan tidak berdampak nyata pada tingkat keberhasilan usaha. Hasil ini tidak sependapat dengan penelitian dimana telah dilakukan oleh Erika (2010) yang mengatakan jika pengetahuan kewirausahaan berdampak nyata pada tingkat keberhasilan usaha. Tidak berpengaruhnya pengetahuan kewirausahaan pada tingkat keberhasilan usaha karena penelitian dilakukan pada masa pandemi Covid 19 dan banyak usaha showroom mengalami penurunan penjualan, sehingga walaupun pemilik showroom memiliki pengetahuan kewirausahaan yang sangat baik namun tidak mampu mempengaruhi keberhasilan usaha akibat pandemi Covid 19.

Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian mengindikasikan jika strategi pemasaran tidak berdampak nyata pada tingkat keberhasilan usaha. Hasil ini tidak sependapat dengan penelitian dimana telah dilakukan oleh Erika (2010) yang mengatakan jika strategi pemasaran berdampak nyata pada tingkat keberhasilan

usaha. Tidak berpengaruhnya strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha karena penerapan kebijakan pemerintah tentang PPNBM 0 persen untuk kendaraan roda empat maksimal 1500 cc yang akan diterapkan pada bulan maret ini dapat mempengaruhi pendapatan pemilik showroom. Diterapkannya kebijakan pemerintah tentang PPNBM 0 persen ini membuat kerugian showroom karena harga mobil yang dijual showroom untuk tahun 2018 keatas tidak berbeda jauh dengan harga mobil baru sehingga pemilik showroom menurunkan harga jual mobil dan membuat keuntungan mereka dari penjualan mobil menjadi sedikit bahkan tidak dapat untung. Harga mobil baru yang terkena dampak kebijakan PPNBM 0 persen akan turun dari 5 persen sampai 10 persen dari harga OTR (On The Road). Hal ini lah yang menyebabkan strategi pemasaran tidak akan berdampak nyata pada tingkat keberhasilan usaha pada masa pandemi Covid-19. Akan tetapi dari sisi laba secara agregat pemilik showroom masih mendapatkan laba dari penjualan mobil bekas tahun 2018 kebawah karena selisih harganya cukup besar dibanding mobil baru, sehingga pemilik showroom setiap bulannya masih mendapatkan keuntungan atau laba, aset bertambah dalam 2 tahun terakhir termasuk pada masa pandemi dan namun beberapa pemilik showroom mengalami penurunan penjualan dalam 3 bulan terakhir.

Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian mengindikasikan jika manajemen keuangan tidak berdampak signifikan pada tingkat keberhasilan usaha. Penelitian dimana telah dilakukan oleh Puspita (2009) yang mengatakan jika manajemen keuangan berdampak nyata pada tingkat keberhasilan usaha. Tidak berpengaruhnya manajemen keuangan pada tingkat keberhasilan usaha karena penjualan pada masa

pandemi Covid-19 mengalami penurunan dimana sangat nyata pada hampir semua showroom di Kota Jambi, walaupun pemilik showroom telah membuat perencanaan keuangan untuk investasi showroom, kemudian mempertimbangkan sumber dana (hutang atau modal sendiri) perusahaan saya dengan cermat, telah mempertimbangkan pembagian hasil usaha (Prive / Re-Investasi) dengan cermat dan selalu melakukan pencatatan atas transaksi / pembukuan atas transaksi namun tetap saja manajemen keuangan tidak berdampak nyata pada tingkat keberhasilan usaha karena faktor eksternal yaitu pandemi Covid 19. Manajemen keuangan yang baik pada masa pandemi Covid 19 dalam hal pertimbangan pada sumber dana, alokasi dana (investasi) dan kebijakan bagi hasil tidak berdampak nyata pada tingkat keberhasilan usaha.

