

# **BAB I**

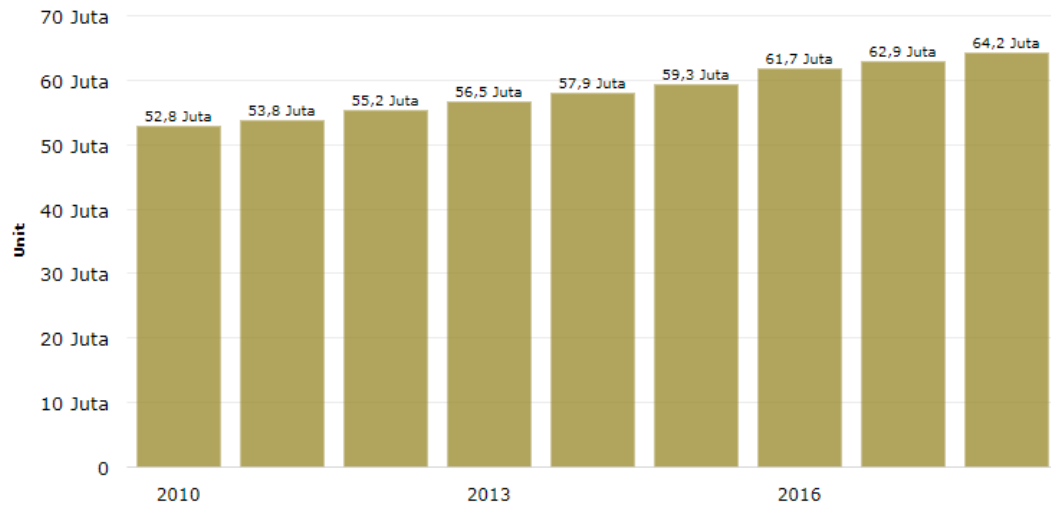
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

UMKM Merupakan unit usaha yang sedang berkembang di Indonesia dan keberadaannya perlu mendapat dukungan dari semua pihak, Baik dari pihak pemerintah maupun non-pemerintah. Agar para pelaku usaha mendapatkan perlakuan khusus untuk dikembangkan, sebagian besar pelaku ekonomi pada suatu daerah merupakan pelaku usaha UMKM. Sifat UMKM yang menjadi unit usaha dengan manajemen yang sederhana dapat menjadi alasan UMKM dapat didirikan oleh siapa saja. Karakter dari produk UMKM merupakan produk yang sederhana namun juga menjadi unggulan pada daerah atau menjadi sebuah potensi di suatu daerah. Hal ini menjadi peluang untuk masyarakat di daerah yang lebih mengenal potensinya untuk menjadikan produk dari unit usahanya. Pada zaman globalisasi perdagangan ini, peranan sektor swasta mengalami peningkatan di berbagai negara berkembang. Munculnya sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi bagian yang signifikan dalam pengembangan ekonomi dan penciptaan lapangan pekerjaan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) terlihat angka kenaikan jumlah UMKM di Indonesia dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2010 yang berjumlah 52,6 juta UMKM hingga tahun 2018 yang berjumlah 64,2 juta UMKM.

Berikut Jumlah unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menurut Badan Pusat Statistik :



Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2020

Pengembangan UMKM dapat menjadi program utama dalam pembangunan perekonomian masyarakat, sebagaimana tertuang dalam Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia Tahun 2015-2019 (2015;7), Berdasarkan tingkat produktivitas dan kebutuhan untuk meningkatkan populasi usaha kecil dan menengah, maka peningkatan produktivitas usaha mikro dijadikan sebagai target pemberdayaan UMKM ke depan. Perbaikan kapasitas dan produktivitas usaha mikro dapat dilakukan melalui penguatan aset, keterampilan dan keterhubungannya dengan jaringan usaha dan pemasaran dalam satu sistem bisnis yang mapan. Peningkatan kapasitas usaha mikro juga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara umum yang selanjutnya akan berkontribusi pada pengurangan angka kemiskinan. Peran usaha kecil dan menengah juga perlu ditingkatkan dalam memperkuat basis produksi di dalam negeri, dan partisipasi di pasar ekspor dan investasi.

Kebijakan, program dan kegiatan peningkatan daya saing UMKM ke depan juga perlu mencakup pelaksanaan amanat UU No. 20/2008 secara paripurna, yang didukung sinergi berbagai pemangku kepentingan dan sumber daya yang tersedia. Pelaksanaan kebijakan tersebut juga perlu didukung pola pemberdayaan UMKM yang terstruktur dan tersistem, sehingga isu-isu strategis yang dihadapi UMKM dapat ditangani secara efektif.

Pentingnya pemberdayaan UMKM, sebagaimana dikemukakan dalam Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia Tahun 2015-2019 (2015;1), bahwa Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya pencapaian tujuan negara dan bangsa Indonesia sesuai Pembukaan Undang-Undang Dasar (UUD) Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yaitu untuk memajukan kesejahteraan umum. Pelaksanaannya menggunakan landasan azas kekeluargaan (pasal 33 ayat 1) dan penyelenggaraan perekonomian nasional yang berdasar atas demokrasi ekonomi (pasal 33 ayat 4). Berdasarkan Renstra Kementerian Koperasi dan UKM RI di atas bahwa UMKM memiliki peran yang amat penting, yakni sebagai amanat dari UUD 1945 dalam rangka memajukan kesejahteraan umum yang menggunakan landasan azas kekeluargaan.

Menurut Undang-Undang No.20/2008 Tentang UMKM memberikan pengertian dan klarifikasi berdasarkan omset tiap skala usaha, dalam UU tersebut UMKM dijelaskan sebagai *“Perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan*

*pendapatan tertentu.*” Berikut kriteria kekayaan dan pendapatan di dalam UU tersebut :

**Tabel 1.1**  
**UMKM menurut UU No.20 Tahun 2008**

Skala Usaha	Kriteria	
	Kekayaan bersih/Aset	Hasil Penjualan/Omset
Usaha Mikro	Maksimal Rp. 50 Juta	Maksimal Rp.300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta-Rp.500 Juta	>Rp.300 Juta-Rp.2,5 Milyar
Usaha Menengah	>Rp.500 Juta-Rp.10 Milyar	>Rp.2,5 Milyar-Rp50 Milyar

Berdasarkan table 1.1 di atas mengenai UMKM yaitu Kekayaan bersih/aset adalah pengurangan total nilai kekayaan usaha (aset) dengan total nilai kewajiban, Tidak termasuk tanah dan bangunan usaha.

Kota Bandung dikenal dengan kota penuh kreativitas sehingga tidak heran jika Kota Bandung menjadi kota sejuta kreativitas dengan tempat wisata yang menarik dan mampu menarik daya kunjung wisatawan untuk berlibur dan menghabiskan akhir pekan di kota Bandung. Salah satu wisata Kota Bandung yang wajib dikunjungi yaitu salah satu sentra industrinya yang beraneka ragam dengan segala kreativitas dan inovasi yang terus berkembang.

Sentra industri adalah pengelompokkan industri-industri yang sejenis atau berkaitan erat diantara industri tersebut di dalam suatu wilayah tertentu. Sentra industri tentu berperan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Sentra industri di Kota Bandung merupakan sentra industri yang cukup maju dan dapat mengurangi pengangguran karena penyerapan tenaga kerja nya yang cukup banyak. Seperti yang terdapat pada Dinas Koperasi UKM & Perindustrian Perdagangan Kota Bandung menyebutkan bahwa sentra berpotensi yang terdaftar adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Sentra Industri di Kota Bandung**

No	Nama - Nama Sentra Industri
1	Sentra Industri Rajut di Binongjati
2	Sentra Industri Rajut di Margasari
3	Sentra Industri Pakaian Bayi di Hantap
4	Sentra Industri Pakaian Anak di Pagarsih
5	Sentra Industri Tas di Kebonlega
6	Sentra Industri Jeans di Cihampelas
7	Sentra Industri Pakaian Jadi di Cigondewah
8	Sentra Industri Produk Textile di Cigondewah
9	Sentra Industri Sepatu di Cibaduyut
10	<b>Sentra Industri Sablon Kaos di Suci</b>
11	Sentra Industri Telur Asin di Derwati
12	Sentra Industri Ikan Pindang di Cijaura
13	Sentra Industri Opak di Cigondewah
14	Sentra Industri Roti di Kopo
15	Sentra Industri Tahu di Cibuntu
16	Sentra Industri Tempe dan Oncom di Situsaeur
17	Sentra Industri Gorengan Tempe di Leuwipanjang
18	Sentra Industri Kerupuk Palembang di Madesa
19	Sentra Industri Boneka di Warung Muncang
20	Sentra Industri Boneka di Sukamulya
21	Sentra Industri Knalpot di Sadakeling
22	Sentra Industri Suku Cadang di Kiaracandong
23	Sentra Industri Oven di Cimindi
24	Sentra Industri Sikat dan Sapu di Cibiru
25	Sentra Industri Kasur di Cigondewah
26	Sentra Industri Peralatan Dapur di Warung Muncang
27	Sentra Industri Percetakan di Pagarsih
28	Sentra Industri Bengkel Las & Bubut di Jl. Bogor
29	Sentra Industri Las Ketok di Karasak
30	Sentra Industri Kusen di Astana Anyar

*Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung*

Tetapi tidak semua ke-30 sentra industri unggulan di atas mencapai pasar nasional/regional. Sejak tahun 2009, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung telah menetapkan tujuh sentra industri dan perdagangan yang dianggap mampu mencapai pasar nasional/regional. Pada dasarnya sentra industri dan perdagangan tersebut, secara tradisional sudah dikenal sebagai tempat usaha

industri masyarakat dalam skala usaha kecil dan menengah. Pemerintah Kota Bandung menilai bahwa produk yang dihasilkan oleh sentra-sentra tersebut berpotensi untuk diangkat sebagai produk unggulan Industri Kecil Menengah (IKM) Kota Bandung. Tujuh sentra industri yang mampu mencapai regional yang dimaksud berdasarkan Surat Keputusan Walikota Bandung Nomor 530/Kep.295/DISKUMK.PERINDAG/2009 adalah :

**Tabel 1.3**

**7 sentra industri kota bandung yang sudah mencapai pasar regional**

No	Sentra Industri	Alamat	Unit Usaha	Investasi	Kapasitas Produk/Tahun	Tenaga Kerja
1	Sentra rajut binong jati	Jl.Binong jati kec.batununggal	293 Pengrajin	31.336 Milyar	984.426 Lusin	2.143 Orang
2	Sentra kaos suci	Jl.Surapati&Jl. P.H.H Mustofa	409 Pengrajin	115.403 Milyar	177.300 Lusin	2.721 Orang
3	Sentra perdagangan jeans cihampelas	Jl. Cihampelas Kec.Coblong	59 Toko	227.580 juta (omset/hari)	-	352 Orang
4	Sentra boneka sukamulya	Jl.Sukamulya Kec. Sukajadi	17 Pengrajin	2.691 Milyar	768.940 Pcs	212 Orang
5	Sentra tahu cibuntu	Jl.Babakan ciparay Kec.Bandung kulon	408 Produsen	13.427 Milyar	2.160.600 Juta Pcs	1.518 Orang
6	Sentra sepatu cibaduyut	Jl. Raya cibaduyut Kec.Bojong kidul	577 Pengrajin	19 Milyar	3.112.022 Pasang	3.008 Orang
7	Sentra kain cigondewah	Jl.Cigondewah Kec. Bandung kulon	313 Pengusaha	401.650 Juta (omset/hari)	-	567 Orang

Sumber : Data Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Kota Bandung 2017

Dari tabel 1.3 di atas yang berisikan tujuh sentra industri yang berada di Kota Bandung tersebut tersebar di beberapa sudut Kota Bandung. Komitmen Pemerintah Kota Bandung untuk mendorong peningkatan peran dan kontribusi usaha sektor industri dan perdagangan yang berupa usaha kecil dan menengah dalam

pembangunan perekonomian Kota Bandung, Oleh karena itu Pemerintah Kota Bandung berupaya agar para pengusaha mempunyai tempat usaha yang layak yang didukung dengan fasilitas sarana prasarana usaha yang memadai. Dengan demikian diharapkan kualitas produk barang akan semakin baik dan daya saing usaha Kota Bandung pun akan lebih meningkat.

Sentra Kaos suci yang telah berdiri selama kurang lebih 20 tahun ini memiliki beragam UKM yang memproduksi kaos untuk dipasarkan kedalam maupun keluar Kota Bandung. Salah satu tujuan pasar dari Sentra Industri Kaos Suci yaitu beberapa kota di Jawa Barat dan beberapa kota dari provinsi yang lain. Sentra kaos suci yang beralamatkan di Jl. Surapati & Jl. P.H.H Mustofa. Sentra kaos suci memproduksi beraneka ragam kaos dengan menggunakan sumber daya manusia dalam proses produksinya, tidak hanya kaos, Sentra kaos suci juga menghasilkan produk berupa Jaket, Sweater, Training, Spanduk. Perajin di kawasan Suci omsetnya mengalami kenaikan ketika ada even-even besar seperti pemilihan presiden, pemilihan kepala daerah, atau pemilihan anggota legislatif. Pesanan juga berdatangan dari pengusaha distro dan *factory outlet* (FO) di Kota Bandung yang memesan pembuatan kaos oblong.

Tingginya tingkat persaingan pada usaha ini mengakibatkan para pengusaha haruslah melakukan inovasi pada usaha mereka agar mereka dapat bersaing dengan usaha lainnya. Persaingan pada usaha ini dilakukan untuk mendapatkan pelanggan yang banyak, agar dapat mendapatkan order yang tinggi sehingga akan dapat meningkatkan pendapatan yang di dapatkan oleh para pelaku usaha. Pengusaha perlulah memperharikan strategi yang mereka gunakan agar mendapatkan target

yang diinginkan usaha mereka pada usaha yang mereka jalankan. Dengan menerapkannya strategi yang baik seperti pada strategi biaya rendah, usaha yang di jalankan akan dapat mampu bersaing dengan para pengusaha lainnya. Pengusaha juga perlu memperhatikan produk yang mereka sediakan dan mereka jual agar produk mereka dapat menjadi unggul dan bersaing dengan para competitor nya dalam upaya mencapai keberhasilan usaha mereka.

Kotler Dalam penelitian Vina Merliana (2016:221) menegaskan pentingnya memiliki biaya rendah dan keunggulan diferensiasi akan dapat menghasilkan keberhasilan usaha, Dimana hal ini produk yang di hasilkan akan mampu bersaing di pasaran dan juga dapat memberikan keuntungan yang tinggi bagi para pelaku usaha.

Keberhasilan Usaha Menurut Burns dalam penelitian Vina Merliana (2016:225) bahwa untuk perusahaan kecil dapat berhasil, maka harus ada usaha-usaha khusus yang diarahkan untuk kelangsungan perkembangan perusahaan yaitu penjualan dan profitabilitas.

Sehubungan dengan hal ini, penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuesioner kepada 20 responden pengusaha sablon kaos suci di kota Bandung mengenai variabel yang diteliti. Berikut adalah hasil survey awal mengenai variable Keberhasilan Usaha :



**Tabel 1.4**  
**Survey Awal Keberhasilan Usaha Pada Sentra Kaos Suci Bandung**

NO	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah Modal Yang anda miliki sudah mencukupi ?	15 75%	5 25%
2	Apakah saat kondisi Pandemi Covid-19 ini pendapatan anda mengalami peningkatan ??	6 30%	14 70%
3	Apakah Volume penjualan anda mengalami peningkatan Pada saat pandemi Covid-19?	4 20%	16 80%
4	Apakah saat ini anda memiliki pelanggan yang banyak ?	10 50%	10 50%
<b>Persentase</b>		<b>43,75%</b>	<b>56,25%</b>

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada sentra kaos suci bandung, mengenai Keberhasilan usaha pada sentra kaos suci bandung adalah responden menyatakan bahwa Mereka telah memiliki modal yang cukup untuk melakukan menjalankan usahanya. Modal merupakan hal yang penting dalam sebuah usaha, Hal ini mempengaruhi kelancaran suatu usaha untuk melakukan kegiatan produksi hingga pada kegiatan pemasarannya. Dengan memiliki modal yang cukup maka sebuah usaha akan mampu melakukan kegiatan bisnisnya. Kemudian Responden menyatakan bahwa 70% mereka tidak mengalami peningkatan pada pendapatan atau keuntungan mereka. Hal ini terjadi akibat adanya situasi Pandemi Covid-19 yang sedang terjadi pada saat ini. Situasi yang terjadi pada saat ini sangatlah menyulitkan para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, hal ini menyebabkan sulitnya melakukan kegiatan bisnis sehingga berakibat pada sulitnya mengalami peningkatan pada keuntungan yang dimiliki,

bahkan mengalami penurunan pendapatan yang dimiliki daripada sebelumnya. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa para pelaku telah memiliki modal yang cukup untuk menjalankan usahanya tetapi dengan adanya Pandemi *Covid-19* Para pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya yang dapat berakibatkan penurunan pendapatan yang di peroleh. Hal ini menjadi masalah baru dalam usaha mereka dengan adanya Pandemi *Covid-19* ini.

Strategi biaya rendah merupakan skala ekonomi atau *economic of scale* yaitu tujuan untuk mencapai ukuran minimum efisiensi antara hubungan input-output, dan high quality products. Sumarwan dalam Vina Merliana (2018;121)

Berikut adalah hasil survey awal mengenai variable Strategi Biaya Rendah :

**Tabel 1.5**  
**Survey Awal Strategi Biaya Rendah Pada Sentra Kaos Suci Bandung**

NO	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah anda berusaha menurunkan biaya yang di keluarkan pada usaha anda menjadi rendah, baik biaya bahan baku atau biaya per unit?	5 25%	15 75%
2	Apakah harga jual dari produk anda dapat bersaing dengan para pesaing?	10 50%	10 50%
3	Apakah anda sudah memanfaatkan biaya yang dimiliki yang di keluarkan pada usaha anda dengan sangat baik?	16 80%	4 20%
<b>Persentase</b>		<b>51,7%</b>	<b>48,3%</b>

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada sentra kaos suci bandung, mengenai strategi biaya rendah pada sentra kaos suci bandung adalah responden menyatakan bahwa para pelaku usaha telah melakukan pemanfaatan biaya yang sangat baik pada usaha mereka, Hal ini

memungkinkan mereka dapat mengatur pengeluaran biaya yang akan mereka keluarkan untuk usaha mereka, Misalkan dalam produksi yang berhubungan dengan penciptaan produk dari sebuah usaha, pemanfaatan biaya ini sangat berguna untuk mengatur seberapa besar biaya yang harus di keluarkan untuk melakukan kegiatan produksi dalam pembuatan produk dalam usaha mereka. Hal ini berhubungan dengan pemanfaatan biaya yang dimiliki terhadap seberapa banyak produk yang dapat di buat menggunakan biaya yang dimiliki, hal ini tentu saja tergantung bagaimana para pelaku usaha dapat memanfaatkan biaya yang mereka miliki. Kemudian responden menyatakan 75% bahwa biaya yang dikeluarkan belum rendah, Hal ini berhubungan dengan membuat suatu produk dengan harga yang rendah tetapi menghasilkan produk yang memiliki kualitas yang sama dengan apabila biaya yang di keluarkan tinggi, hal ini terjadi akibat Sulitnya melakukan penerapan strategi terutama pada industri kaos yang disebabkan oleh beberapa industri kaos pada sentra ini masih beralasan bahwa penerapan strategi biaya rendah masih sulit dilakukan, karena menerapkan strategi biaya rendah dengan kualitas yang baik memerlukan pertimbangan yang matang, karena jika salah dalam mengambil langkah, maka berpengaruh pada produk yang di hasilkan, dapat menghasilkan efek apabila ternyata biaya yang di keluarkan sudah rendah tetapi tidak memenuhi kualitas produk yang di butuhkan, hal ini tentu saja akan berpengaruh terhadap usaha mereka. Dalam hal ini terlihat bahwa para pelaku usaha telah melakukan pemanfaatan biaya yang di keluarkan untuk usaha mereka namun pada biaya yang di keluarkan untuk bahan baku dan biaya per unit belum lah rendah, maka dalam hal ini usaha yang di jalankan akan sulit dalam membuat

produk berkualitas namun menggunakan biaya yang rendah pada biaya bahan baku mereka.

Menurut Kotler (2002:20) Di kutip Dalam Ian Antonius Ong (2013), definisi pembedaan atau diferensiasi (*differentiation*) adalah tindakan untuk menetapkan sekumpulan perbedaan-perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari pesaingannya.

Berikut adalah hasil survey awal mengenai variabel Diferensiasi :

**Tabel 1.6**  
**Survey Awal Diferensiasi Pada Sentra Kaos Suci Bandung**

NO	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah produk yang di hasilkan usaha anda sudah unik dan berbeda dari pada pesaing anda ?	5 25%	15 75%
2	Apakah produk yang anda hasilkan sudah memiliki kualitas yang di butuhkan?	17 85%	3 15%
3	Apakah anda sudah memberikan pelayanan yang baik terhadap para konsumen anda?	18 90%	2 10%
<b>Persentase</b>		<b>66,67%</b>	<b>33,33%</b>

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada sentra kaos suci bandung, mengenai Diferensiasi pada sentra kaos suci bandung adalah responden menyatakan bahwa produk yang mereka buat sudah memiliki kualitas yang di butuhkan, hal ini tentu saja dapat berpengaruh kepada mutu produksi yang di hasilkan dan tentu saja memberikan nilai tambah kepada para konsumen dikarenakan produk yang kita tawarkan memiliki kualitas yang sangat baik, hal ini dapat menyebabkan konsumen merasa puas dengan produk yang

telah kita hasilkan dikarenakan kualitas yang di berikan kepada mereka sangatlah baik. kemudian responden menyatakan bahwa 75% produk yang mereka buat dan mereka tawarkan kepada konsumen belum lah memiliki keunikan tersendiri, hal ini tentu berpengaruh ketertarikan konsumen terhadap produk yang kita buat, hal ini tentu saja akan mengurangi minat konsumen untuk melakukan pemesanan dan pembelian terhadap produk yang kita tawarkan kepada mereka. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa para pelaku usaha telah membuat produk yang memiliki kualitas yang sangat baik dalam produk mereka namun kurangnya keunikan produk mereka baik dalam melakukan produksi dan menawarkan secara berbeda kepada konsumen akan sangat sulit di karenakan akan mengurangi minat pembelian pada produk yang di tawarkan

Di dalam kawasan sentra kaos suci ini banyak sekali usaha usaha yang berdiri terdapat 409 usaha. Perkembangan sentra ini semakin meingkat seiring berjalannya waktu, terutama munculnya event-event yang membuat sentra ini kebanjiran order, belum lagi banyak nya bermunculan Distro di kota bandung, sehingga cukup banyak yang melakukan pemesanan kaos oblong pada sentra ini. Sentra kaos suci memiliki tinggak persaingan yang tinggi di dalamnya di akibatkan banyaknya usaha yang berada pada sentra tersebut. Sentra ini menjadi pusat penyablonan kaos di kota bandung.

Berdasarkan permasalahan dan kondisi UMKM yang telah diuraikan di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH STRATEGI BIAYA RENDAH DAN DIFERENSIASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DI SENTRA KAOS SUCI BANDUNG.”**

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas mengenai Strategi Biaya Rendah dan Diferensiasi terhadap Keberhasilan Usaha, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang terjadi, sebagai berikut :

1. Para pelaku usaha mengalami kesulitan untuk dapat meningkatkan pendapatan mereka, Bahkan sampai mengalami penurunan pendapatan dikarenakan adanya Pandemi *Covid-19*.
2. Dengan adanya Pandemi *Covid-19*, Para pelaku usaha mengalami kesulitan dalam melakukan penjualan produk dan mereka mengalami kesulitan untuk dapat meningkatkan penjualan produk mereka.
3. Beberapa Pelaku usaha mengalami penurunan pada jumlah pelanggan yang dimiliki
4. Masih tingginya biaya bisnis yang dikeluarkan oleh para pengusaha untuk menjalankan usaha ini.
5. Harga produk yang dijual terbelah masih belum mampu bersaing dengan para kompetitor
6. Produk yang dihasilkan belum lah unik dan berbeda dari pada para pesaingnya sehingga mengakibatkan kurangnya minat pada pembelian.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Tanggapan responden mengenai Strategi Biaya Rendah di sentra kaos Suci Bandung.

2. Bagaimana Tanggapan responden mengenai Differensiasi di sentra sentra kaos Suci bandung.
3. Bagaimana Tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha di sentra kaos Suci bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Strategi Biaya Rendah & Diferensiasi terhadap Keberhasilan usaha Pada sentra kaos Suci bandung secara parsial maupun secara simultan.

### **1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Biaya Rendah & Diferensiasi terhadap Keberhasilan usaha pada sentra kaos suci, bandung yang akan di gunakan dalam rangka penyusunan penelitian

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan Dari Penelitian ini antara lain adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Strategi Biaya Rendah pada sentra kaos Suci bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Diferensiasi pada sentra kaos Suci bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keberhasilan usaha pada sentra kaos Suci bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Strategi Biaya Rendah & Diferensiasi terhadap Keberhasilan usaha pada sentra kaos Suci bandung secara parsial maupun secara simultan.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan, khususnya bagi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.
2. Memberikan masukan bagi ilmu pengetahuan mengenai hubungan dan pengaruh antara Strategi Biaya Rendah & Differensiasi terhadap Keberhasilan usaha
3. Memberikan informasi mengenai teori Strategi Biaya Rendah, Differensiasi, dan Keberhasilan usaha, yang mana dapat menunjang keberhasilan dalam dunia usaha.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
  - a. Memahami permasalahan mengenai Strategi Biaya Rendah pada Sentra kaos suci bandung.
  - b. Memahami permasalahan mengenai Diferensiasi pada Sentra kaos suci Bandung
  - c. Menjadi lebih memahami permasalahan mengenai Keberhasilan usaha yang dipengaruhi oleh Strategi biaya rendah dan diferensiasi.



## 2. Bagi Pelaku Usaha

- a. Pelaku usaha diharapkan dapat mengembangkan Strategi biaya rendah dalam menjalankan usaha pada Sentra kaos suci bandung
- b. Perusahaan diharapkan dapat menerapkan diferensiasi dalam menjalankan usaha pada Sentra kaos suci bandung.
- c. Perusahaan diharapkan dapat mencapai Keberhasilan usaha yang tinggi dalam menjalankan usahanya pada Sentra kaos suci bandung

## 3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan juga sebagai bahan referensi bagi penelitian lain yang sejenis maupun berbeda.

## **1.5 Tempat Dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Tempat Penelitian**

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan Laporan Skripsi ini, penulis melakukan penelitian di Sentra Kaos Suci yang bertempat di Jl.Surapati & Jl. P.H.H Mustofa, Bandung-Indonesia.

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan Laporan Skripsi ini penulis melakukan penelitian pada waktu sebagai berikut :

**Tabel 1.7**  
**Waktu pelaksanaan penelitian**

No	Uraian	Waktu Kegiatan																											
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Survey Tempat Penelitian	■	■																										
2	Melakukan Penelitian			■																									
3	Mencari Data				■																								
4	Membuat Proposal					■	■	■	■	■																			
5	Seminar Usulan Penelitian										■																		
6	Revisi											■	■	■															
7	Penelitian Lapangan															■	■	■	■										
8	Bimbingan																		■	■	■								
9	Sidang Akhir																									■	■	■	■