BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi masa kini perkembangan bisnis berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Termasuk bisnis yang bergerak dalam penyajian makanan dan minuman yang dimana sangat banyak untuk ditemukan dari skala yang paling kecil hingga yang paling besar . Para pelaku bisnis disini harus menyiapkan strategi agar selalu maju dan berkembang ketika makin banyaknya muncul para pesaing baru. Semakin ketatnya persaingan bisnis ini membuat para pelaku bisnis dituntut untuk selalu bergerak lebih cepat agar selalu mempertahankan konsumen lama dan menarik para konsumen baru. Banyaknya para pesaing berdampak dengan semakin meningkatnya kuantitas produk dipasar. Bisnis food and beverage didalam UKM merupakan bisnis yang memiliki persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat mengikuti persaingan bisnis yang sedang berkembang dari waktu ke waktu, banyak pelaku usaha di Bandung mencari kesempatan dan menjalankan kegiatan usahanya dengan membuat Café.

Kota Bandung identik dengan berbagai macam kuliner terutama mencari cafe yang mempunyai ciri khas yang unik. Perkembangan cafe sekarang ini semakin berkembang dan pesat terutama di Kota Bandung. Banyak cafe dengan berbagai macam konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk pelanggan, baik dari kalangan muda maupun orang tua. Semakin banyaknya pesaing bisnis para pelaku usaha di Bandung mencari kesempatan dan menjalankan kegiatan usahanya dengan

menjalankan sebuah usaha Café di Bandung, di Bandung sendiri banyak café – café yang tumbuh dengan berbagai ciri khasnya masing masing, dengan adanya persaingan yag ketat antar café merupakan tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha café di Bandung untuk terus berinovasi.

Dibawah ini ada sebuah table data café yang ada di Dago Bandung :

Tabel 1.1
Data Café di Dago Bandung

No	Nama Café/Resto	Alamat Café/Resto
1	Caffe Bene Dago	Jl. Ir. H. Juanda No.155, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
2	cikopi di cisitu	Jl. Cisitu Baru No.23, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
3	Syura Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.278, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
4	Bright Cafe	Jl. Ir. H. Juanda No.139, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
5	KOMA Fine Coffee	Jl. Siliwangi No.8, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
6	Linkco Coffe vol3 dago 130	Jl.ir h.juanda Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
7	Buttercup Bakery and Café	Jl. Ir. H. Juanda No.46, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung
8	Koffie Prabu	Jl. Ir. H. Juanda No.343, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
9	Eiger Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.88, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
10	Lo.Ka.Si Coffee & Space	Jl. Ir. H. Juanda No.92, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
11	Grind Joe Coffee	l. Ir. H. Juanda No.69, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung

12	Bomboo shack cafe	Jl. Ir. H. Juanda No.462D, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
13	Eatboss Café	Jl. Ir.H.Djuanda No.72, Bandung
14	Kaikara Koffie	Jl. Ir. H. Juanda No.314B, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
15	Garden Café	Jl. Cisitu 179-A, Dago, Coblong
16	Congo Gallery & Cafe	Jl. Ranca Kendal luhur No.8, Dago
17	Gedogan Dago	Jl. Ir. H. Juanda No.462D, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
18	Cokotetra	Jl. Ir. H Juanda No. 322
19	Dago Roof Garden Cafe	Jl. Ir. H Juanda No.384
20	North Dago Cafe	The Jayakarta Hotel, Jl. Ir. H Juanda No.381A
21	Roger's Cafe & Lounge	Jl. Ir. H. Juanda No.97, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
22	Choosy Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.391, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
23	Kupi Atjeh	Jl. Dipati Ukur No.197, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
24	Kyomi Coffee	Jl. Ir. H Juanda No.420, Dago
25	Syura Coffee	Jl. Ir. H Juanda No.278, Dago
26	Kopi Bakar 386	Jl. Ir. H Juanda No.386, Dago
27	Art Café and Resto	Jl. Ir. H Juanda No.254, Sekeloa, Coblong
28	Sans Co.	Jl. Ir. H Juanda No.347, RT05/RW05, Dago
29	Sans Co.	Jl. Ir. H. Juanda No.347, RT.05/RW05, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
30	Cats and Ice Cream	Jl. Kanayakan No.13, Dago
31	Erla’s Mexican Cafe	Jl. Dago pojok No.3, Dago
32	Café Bene Dago	Jl. Ir. H Juanda No.155, Dago
33	Demitasse	Jl. Ir. H. Juanda No.414a, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung

34	Kopi Dago Pakar	Jl. Pakar kulon No. 112, Ciburial, Cimenyan
35	Caffe Bene Dago	Jl. Ir. H. Juanda No.155, Lb. Siliwangi Kecamatan Coblong
36	Sidewalk Coffee Dago	Jl. Ir. H. Juanda No.53, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung
37	café dago 109	Jl. Ir. H. Juanda No.109 dago
38	Cokotetra	Jl. Ir. H. Juanda No.322 dago
39	Kyomi Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.420, Dago, Coblong, Bandung City
40	Dago Bakery	Ir. H.Djuanda No.497a, Dago, Coblong, Ciburial, Kec. Cimenyan, Kota Bandung
41	Syura Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.278, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
42	Kopi Seru Dago	Jl. Ir. H. Juanda No.185, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
43	Dago Terrace Resto & Café	Jl. Ir. H. Juanda No.139-A, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
44	Silk Coffee Roastery	Jl. Ir. H. Juanda No.392, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
45	Moka Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.176, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung

Berdasarkan tabel 1.1 di atas membuktikan bahwa tren cafe juga terjadi di kota Bandung, banyak cafe sekarang ini dapat dengan mudah ditemui di kota Bandung. Dengan banyaknya jumlah cafe di kota Bandung membuat persaingan yang semakin meningkat terutama Café di sepanjang Jl. Ir. H. Djuanda, Dago ini.

Salah satu usaha café atau resto yang cukup menarik dan berada di Kota Bandung adalah yaitu Dago Bakery yang berada tepat di Dago Kota Bandung. Cafe di Sepanjang Jl. Ir. H. Djuanda ini salah satu cafe yang menghadirkan suasana yang sejuk ditengah tengah Kota Bandung karena masih banyak pohon disekeliling daerah Dago. Selain menyajikan suasana yang nyaman, di Dago juga ada Taman yang bernama Taman Dago.

Café di Dago menarik untuk diteliti karena daya tarik usaha Café di Kota Bandung semakin meningkat. Sejalan dengan perkembangan konsep cafe dan resto yang semakin modern telah timbul karakter baru dibenak konsumen dimana menjadi semakin selektif dan kritis dalam menentukan pilihan pembelian, bukan hanya dari segi rasa dan kualitas makanan namun nuansa tempat, fasilitas atau hiburan yang akan didapat dari sebuah cafe dan resto. Selain itu perkembangan media sosial seperti facebook, twitter, instagram, path dan lain-lain juga menjadi alasan konsumen lebih selektif dalam memilih tempat makan yang memiliki konsep yang unik karena konsumen bukan hanya ingin memuaskan kebutuhan pokoknya (makan) saja.

Dalam suatu bisnis kinerja usaha menggambarkan sudah sejauh mana perusahaan mencapai hasilnya dengan tugas yang sudah dijalankan dengan keadaan secara utuh terhadap perusahaan dalam periode waktu tertentu, dengan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dan dibarengi dengan memanfaatkan sumber-sumber yang dimiliki. Terlebih lagi bagi para pelaku usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman maka perusahaan harus bisa membuat terobosan mengenai produk yang dijual harus dapat menyesuaikan zaman serta melayani pelanggan dan meningkatkan kinerja suatu perusahaan, karena setiap zaman manusia selalu menginginkan sesuatu yang berbeda dan menarik, semua upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja dalam usaha merupakan suatu hasil yang digunakan seseorang dalam tujuan usaha dan keberhasilan suatu kegiatan di perusahaan.

Menurut Rivai (2013:604) “Kinerja Usaha adalah suatu istilah secara umum yang digunakan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi

pada suatu periode dengan suatu referensi pada sejumlah standar seperti biaya masa lalu yang diproyeksikan dengan dasar efisiensi, akuntabilitas manajemen dan semacamnya." Pengukuran kinerja non finansial mengukur juga sasaran (*goals*) usaha seperti misalnya kepuasan dan tingkat keberhasilan di lingkup global yang bisa dicapai oleh para pemilik atau para manajernya. Sehubungan dengan hal ini, penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuesioner kepada 45 responden pengusaha café di Dago Bandung mengenai variable yang diteliti.

Berikut ini hasil survey awal dengan jumlah responden sebanyak 45 pelaku usaha mengenai Kinerja usaha :

Tabel 1.2
Survey Awal Kinerja Usaha pada Café di Dago Bandung

NO	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah menurut anda pertumbuhan penjualan di café semankin meningkat?	(30 %)	(70%)
2	Apakah menurut anda modal usaha di café sudah mencukupi ?	(50%)	(50%)
3	Apakah perlu adanya penambahan tenaga kerja untuk meningkatkan kinerja usaha?	(70%)	(30%)
4	Apakah menurut anda pendapatan dan pengeluaran café stabil?	(40%)	(60%)
Persentase		47,5%	52,5%

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Café di Dago Bandung, mengenai kinerja usaha responden menyatakan bahwa usaha mereka memiliki tenaga kerja yang cukup produktif untuk meningkatkan kinerja usaha, dengan bertambahnya karyawan maka kinerja usaha café ini akan semakin maksimal, tetapi sebesar 70% responden menanggapi bahwa Pertumbuhan

penjualan yang ada di café saaat ini mengalami ketidak stabilan dengan peningkatan penjualan hanya pada event-event tertentu, seperti pada bulan ramahdan, malam tahun baru, dan juga hari besar lainnya sisanya hanya menunggu pengunjung yang datang. Hal ini meyebabkan pertumbuhan penjualan yang tidak stabil (naik turun) yang berpengaruh pada kinerja perusahaan yang kurang baik.

Dengan terjadinya ketidak stabilan ini diketahui bahwa usaha telah melakukan upaya untuk meningkatkan kinerja usaha mereka tetapi pertumbuhan penjualan mereka tetap saja, dan hanya meningkat pada waktu tertentu saja. Maka diperlukan perhatian lebih di bidang kinerja apabila usaha yang di jalankan ingin maju dan berkembang. Karena untuk dapat membangun suatu usaha perlu diketahui dahulu proses dasar knownledge management, pengetahuan dalam suatu usaha harus dikelola dengan baik sehingga bisa menjadi modal baru untuk mendukung kelancaran pelaksanaan dan tujuan suatu usaha.

Manajemen Pengetahuan memainkan peran penting dalam memfasilitasi proses penting dalam organisasi, yaitu proses pembelajaran Manajemen Pengetahuan dapat meningkatkan jumlah pengetahuan yang diperlukan untuk anggota organisasi dan memfasilitasi penyebaran pengetahuan yang cepat di dalam organisasi. Sumber daya manusia dibutuhkan pada industri kreatif untuk peningkatan kemampuan pengelolaan usaha, agar dapat lebih optimal pada kegiatan ekonomi kreatif dan membuka peluang berusaha mandiri. Kompetensi merupakan keterampilan yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai dasar- dasar manfaat pelanggan melalui pembentukan, perbaikan, pembaharuan dan penggunaan sumber daya yang mengarah ke peningkatan kinerja usaha.

Manajemen Pengetahuan berperan sangat penting pada setiap usaha termasuk Usaha cafe pada zaman modern sekarang ini, menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan, perkembangan ini ditandai dengan semakin banyaknya cafe yang bermunculan dengan aneka pilihan menu yang ditawarkan. Dengan semakin banyaknya cafe yang berdiri, maka semakin kuat pula persaingan yang dihadapi oleh setiap cafe. Untuk menghadapi persaingan tersebut, setiap cafe dituntut untuk selalu peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada pasar dan mampu menciptakan ide-ide yang kreatif agar produk yang ditawarkannya dapat menarik bagi konsumen, sehingga apa yang diinginkan oleh konsumen dapat dipenuhi dan pemilik cafe dapat menghadapi dan bertahan ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat. Semakin tinggi customer experience jelas akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan secara langsung akan mempengaruhi keinginan konsumen untuk datang kembali.

Berikut ini hasil survey awal dengan jumlah responden sebanyak 45 pelaku usaha mengenai Manajemen Pengetahuan :

Tabel 1.3
Survey Awal Manajemen Pengetahuan pada Café di Dago Bandung

NO	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah menurut anda keinginan untuk meniru suatu produk itu perlu?	(25%)	(75%)
2	Apakah menurut anda mencerminkan suatu usah itu baik atau tidak itu perlu dilakukan?	(50%)	(50%)
3	Apakah menurut anda memberi kesempatan pada konsumen untuk menilai usaha itu perlu?	(65%)	(35%)
4	Apakah penggunaan teknologi sangat penting bagi perusahaan?	(60%)	(40%)
Persentase		50%	50%

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Café di Dago Bandung, mengenai Manajemen Pengetahuan responden menyatakan bahwa Manajemen Pengetahuan pada usaha cafe ini cukup baik, dengan pesentase yang cukup stabil pada poin 3. 65% dan 4. 60% café ini akan semakin maksimal dengan terlaksananya hal tersebut pelaku usaha bisa memasarkan produk dengan teknologi secara baik dan benar untuk kepentingan usahanya, tetapi pad poin 1 sebesar 75% memilih tidak, responden menanggapi bahwa meniru suatu produk yang sudah ada walaupun produk tersebut dibuat dengan resep sendiri tetap saja hal tersebut dianggap tidak kreatif dalam melakukan sebuah usaha. Seiring berjalannya waktu para konsumen cafe menginginkan sesuatu yang baru dan dan menarik untuk dimakan membuat para pelaku usaha cafe harus melakukan inovasi produk baru. Hal ini meyebabkan pelaku usaha cafe di Dago Bandung harus semaksimal mungkin untuk membuat inovasi produk yang menarik dan baik untuk dikonsumsi pelanggan. Untuk memenuhi kepuasan konsumen dan meningkatkan pangsa pasar, perlu melakukan berbagai strategi dan kebijakan yang ditetapkan oleh pengambil keputusan dalam sebuah usaha Kapabilitas jejaring usaha sangat diperlukan untuk melakukan kerja sama terpadu antar pelaku usaha untuk mengembangkan potensi bisnis dalam menghasilkan keuntungan yang optimal.

Menurut Ngugi et al (2010) “Kapabilitas Jejaring Usaha berperan dalam melakukan inovasi dan penciptaan nilai pelanggan. Harmonisasi kemitraan dengan berbagai skateholders memberi dampak positif bagi perusahaan. Kemitraan ini memudahkan perusahaan meningkatkan akses pada sumber daya unggul untuk menunjang kinerja perusahaan. Jejaring merupakan variabel yang dianggap penting

bagi semua jenis perusahaan, terutama yang berkenaan dengan fakta bahwa lingkungan ekonomi menjadi semakin kompetitif. Walaupun semua perusahaan ambil bagian dalam jejaring formal dan informal, perusahaan yang lebih besar lebih mungkin untuk membuat kontrak kerjasama dalam jangka panjang, sementara perusahaan yang lebih kecil, perusahaan wirausaha (entrepreneurial companies) cenderung untuk melibatkan dirinya dalam kontrak yang lebih pribadi (personal) dan lebih bersifat saling menguntungkan (reciprocal).

Berikut ini hasil survey awal dengan jumlah responden sebanyak 45 pelaku usaha mengenai Kapabilitas jejaring usaha :

Tabel 1.4
Survey Awal Kapabilitas Jejaring Usaha pada Café di Dago Bandung

NO	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah menurut anda membangun suatu usaha itu mudah?	(40%)	(60%)
2	Apakah menurut anda mengelola sebuah usaha perlu adanya kapabilitas jejaring usaha?	(25%)	(75%)
3	Apakah menjaga hubungan antar pengusaha itu diperlukan?	(65%)	(35%)
4	Apakah menjaga kepercayaan sesama pembisnis itu perlu dilakukan?	(65%)	(35%)
Persentase		48,75%	51,25%

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Café di Dago Bandung, mengenai Kapabilitas jejaring usaha responden menyatakan pada poin 3 dan 4 sama sama 65%, bahwa menjaga hubungan dan menjaga kepercayaan antar pelaku usaha cukup baik untuk meningkatkan suatu usaha, dengan adanya sikap saling menjaga dan saling percaya untuk berhubungan

baik dengan pengusaha lain maka café ini akan mendapat nilai positif dari pelanggan dan mendapat keuntungan tersendiri. Tetapi 60% menganggap menjalankan suatu usaha itu susah dikarenakan anggapan seseorang membuka suatu usaha harus dengan modal awal yang besar. Dan 75% responden menanggapi bahwa Kapabilitas jejaring usaha tidak diperlukan di sebuah cafe, terbukti dari persentase di tabel survey awal bahwa tidak perlu adanya penerapan Kapabilitas jejaring usaha pada cafe di Dago ini, mungkin karena kebanyakan masyarakat belum mengetahui makna dari kapabilitas jejaring usaha tersebut. Hal ini meyebabkan kemampuan kerjasama antar pengusaha cafe jarang terjadi sehingga berpengaruh pada kinerja perusahaan. Maka pelaku usaha harus berusaha semaksimal mungkin untuk melakukan kerjasama terpadu antara kedua belah pihak untuk tujuan menghasilkan keuntungan yang optimal.

Kawasan Kota Bandung memang memiliki berbagai macam wisata kuliner terutama dibidang usaha cafe. Ini yang menjadi alasan mengapa harus diterapkannya Manajemen Pengetahuan dan Kapabilitas jejaring usaha ntuk meningkatkan kinerja usaha. Supaya dapat memenuhi keinginan pelanggan yang selalu menginginkan makanan dan minuman yang baru dan nikmat disantap, oleh karena itu para pelaku usaha cafe di Dago Bandung berusaha semaksimal mungkin mengembangkan suatu produk sesuai keinginan konsumen dengan aneka ragam dan variasi rasa yang enak. Untuk meningkatkan kinerja usaha yang maksimal cafe di Dago Bandung memerlukan adanya dukungan teknologi untuk memasarkan produk mereka melalui media masa.

Berdasarkan latar belakang di atas dari fenomena - fenomena tersebut penulis beranggapan permasalahan tersebut penting untung dikaji dan dicari solusi pemecahannya, karena mengingat fungsi dan peran dari usaha cafe yang sudah cukup banyak membantu dalam kegiatan perekonomian. Penulis tertarik dalam penelitian ini dan akan melakukan penelitian lebih mendalam dengan mengambil judul : **"PENGARUH MANAJEMEN PENGETAHUAN DAN KAPABILITAS JEJARING USAHA TERHADAP KINERJA USAHA (Studi Kasus Cafe di Jl.Ir. H. Djuanda, Dago, Bandung)"**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan survey dan wawancara awal, penulis menemukan diantaranya ;

1. Pertumbuhan penjualan yang ada di café saaat ini mengalami ketidak stabilan, karena penjualan meningkat hanya pada event-event tertentu.
2. Tidak stabilnya pendapatan dan pengeluaran disebabkan oleh tingkat penjulan yang naik turun membuat kinerja usaha tidak maksimal.
3. Meniru suatu produk adalah hal yang sudah biasa dilakukan oleh beberapa café, walaupun produk tersebut dibuat dengan resep sendiri tetap saja hal tersebut dianggap tidak kreatif oleh konsumen.
4. Kebanyakan responden menganggap merintis/membangun suatu usaha itu sulit, terutama dibidang café. Karena anggapan seseorang membuat suatu usaha harus membutuhkan modal awal yang besar.

5. Banyaknya responden yang menganggap Kapabilitas jejaring usaha itu tidak penting dilakukan dicafe, karena kebanyakan dari mereka masih belum paham dengan makna Kapabilitas jejaring usaha itu sendiri

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang dikemukakan oleh penulis di atas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. rumusan masalahnya antara lain sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Manajemen Pengetahuan pada Cefe di Dago Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kapabilitas jejaring usaha pada Cefe di Dago Bandung.
3. Bagaimana Tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha pada Cefe di Dago Bandung.
4. Seberapa besar Pengaruh Manajemen Pengetahuan dan Kapabilitas Jejaring Usaha terhadap Kinerja Usaha pada Café di Dago Bandung secara parsial maupun simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mencari, mengumpulkan dan mengolah data mengenai Manajemen Pengetahuan dan Kapabilitas jejaring usaha terhadap Kinerja usaha pada Cafe di Dago Bandung. yang akan penulis gunakan dalam rangka menyunsun penelitian.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui tanggapan responden mengenai Manajemen Pengetahuan pada Café di Dago Bandung.
2. Untuk Mengetahui tanggapan responden mengenai Kapabilitas jejaring usaha pada Café di Dago Bandung.
3. Untuk Mengetahui tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha pada Café di Dago Bandung.
4. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Manajemen Pengetahuan dan Kapabilitas jejaring usaha secara parsial dan silmultan Terhadap Kinerja Usaha pada Café di Dago Bandung.

1.4 Keguanaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi usaha-usaha Café di Dago Bandung dalam memperbaiki manajemen pengelolaan perusahaan sehingga menerapkan Manajemen Pengetahuan dalam usaha tersebut dan mempunyai Kapabilitas usaha yang baik dan pengelolaan perusahaan sesuai dengan tujuan usaha tercapai secara maksimal.

1.4.2 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, ilmu pengetahuan kita semua mengenai pentingnya pengaruh Manajemen Pengetahuan dan Kapabilitas jejaring usaha terhadap Kinerja usaha.

Kemudian, penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan kemampuan Manajemen Pengetahuan dan Kapabilitas jejaring usaha dalam meningkatkan Kinerja usaha.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlakukan dalam penyusunan usulan penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada Café di Dago Kota Bandung. penelitian ini dilakukan pada 2020

1.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.5

Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Uraian	**Waktu Kegiatan**																							
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		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	Pengajuan Judul																								
2	Penyusunan UP																								
3	Pengajuan UP																								
4	SUP																								
5	Revisi UP																								
6	Sidang Akhir																								