

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif, sudah lama menjadi perhatian oleh pemerintah, semenjak terbentuknya Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2025, industri kreatif semakin berkembang dari tahun ke tahun. Peran industri kreatif pada tahun 2019 memberi kontribusi sebesar Rp 1.105 triliun terhadap PDB nasional, yang membuat Indonesia berada di posisi ketiga setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan dalam jumlah kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB negara. Diperkirakan kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional di tahun ini meningkat 7,44%. Produk ekonomi kreatif nasional juga memiliki jumlah ekspor yang tinggi. Di tahun 2017 jumlahnya mencapai angka US\$ 20.50 miliar. Sektor ekonomi kreatif juga memiliki serapan tenaga kerja yang tinggi, mencapai 17 juta orang. (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Wishnutama)

Jawa Barat adalah salah satu provinsi yang memiliki perkembangan Ekonomi kreatif yang sangat pesat dan menjadi salah satu sektor utama pembangunan Provinsi Jawa Barat. Hal ini terbukti dengan nilai ekspor Jawa Barat pada sektor ekonomi kreatif pada 2016 mampu mencapai 31,9 persen. Selain itu, dibuktikan juga dengan mampu menyumbangkan Produk Domestik Bruto (PDB) di sektor ekonomi kreatif sebesar 11,81 persen, atau menjadi provinsi ketiga setelah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebesar 16,12 persen, dan Bali sebesar 12,57 persen.

(Gubenur Jawa Barat, Ridwan Kamil). Salah satu kota yang menjadi barometer pertumbuhan ekonomi kreatif adalah Bandung.

Bandung terkenal dengan sebutan kota Paris Van Java karena memiliki banyak pelaku industri kreatif hingga disebut juga sebagai Emerging Creative City. Branding kota kreatif telah mampu mengangkat Kota Bandung menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara ataupun lokal serta sebagai penggerak perekonomian Jawa Barat (indonesiakreatif.net, 2015). Selain itu, Bandung juga dikenal dengan warganya yang mandiri dalam menciptakan produk baru ataupun cerdas dalam mengambil peluang untuk mengembangkan sesuatu yang ada menjadi sesuatu yang baru (Agustina, 2013).

Salah satu bagian dari industri kreatif atau sub sektor industri kreatif yang memiliki kontribusi besar di Bandung adalah fashion. Berikut ini adalah data Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI):

Tabel 1.1
Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) di Kota Bandung 2020

No	KBLI	Unit Usaha
1	Industri Makanan	167
2	Industri Minuman	38
3	Industri Pengolahan Tembakau	0
4	Industri Tekstil	218
5	Industri Pakaian Jadi	503
6	Industri Kulit, Barang dari Kulit, dan Alas Kaki	77
7	Industri Kayu, Barang-barang Dari Kayu (Tidak termasuk Furnitur), dan Barang-barang Anyaman dari Rotan, Bambum dan Sejenisnya	0
8	Industri Kertas, Barang dari Kertas	1
9	Industri Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	104
10	Industri dari Prosuks Batu Bara dan Pengilangan Minyak Bumi	0
11	Industri Kimia dan Barang dari Bahan Kimia	28
12	Industri Farmasi, Prosuks Obat Kimia dan Obat Tradisional	0

13	Industri Karet, Barang dari karet dan plastik	79
14	Industri Barang Galian Bukan Logam	0
15	Industri logam Dasar	57
16	Industri Barang dari Logam, bkan mesin dan peralatannya	0
17	Industri Komputer, Barang Elektronik dan Optik	30
18	Industri Peralatan Listrik	30
19	Industri Mesin, dan Perlengkapannya, Ytdl	18
20	Industri Kendaraan Bermotor, Trailer dan Semi Trailer	31
21	Industri Alat Angkut Lainnya	0
22	Industri Furnitur	11
23	Industri Pengolahan Lainnya	40
24	Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	0

Sumber: Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Bandung, 2020

Berdasarkan pada Tabel 1.1 diatas menyebutkan bahwa ada 24 subsektor Industri Industri Besar dan Sedang Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia Kota Bandung pada tahun 2020. Pada Tabel diatas terlihat bahwa subsektor pakaian jadi atau fashion lah yang paling banyak unit usahanya. Walaupun industri fashion ada di urutan pertama dibandingkan dengan industri lainnya, namun tingkat presentase kenaikannya sangatlah kecil di bandingkan dengan yang lain hal ini bisa dilihat dari tabel 1.2 berikut yang menunjukkan Jumlah Pelaku Usaha Pada Tiga Subsektor yang Memiliki Kontribusi PDB Tertinggi di Kota Bandung Tahun 2020:

Tabel 1.2
Jumlah Pelaku Usaha Pada Tiga Subsektor yang memiliki kontribusi PDB Tertinggi di Kota Bandung Tahun 2020

Sub-Sektor	Jumlah Pelaku usaha	Nilai Ekspor
	Tahun 2020	
Fashion	41%	US\$ 11.9 miliar
Kriya	17%	US\$ 6.4 miliar
Kuliner	14,9%	US\$ 1.3 miliar
Total	72.9%	US\$19.6 miliar

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan pada Tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa jumlah pelaku usaha pada industri subsektor fashion di Kota Bandung memiliki persentase jumlah kenaikan pelaku usaha dari tahun ke tahun. Namun kenaikan persentase industri

pelaku usaha dalam bidang fashion sangatlah kecil dibandingkan dengan industri kreatif kriya dan kuliner. Misalnya dapat dilihat dari tahun 2016 pelaku usaha berjumlah 1.165 dan pada tahun 2017 jumlah pelaku usaha bertambah menjadi 1.195 kenaikan presentase dari tahun 2016 ke tahun 2017 hanya sebesar 2,57% dan pada tahun 2017-2018 industri fashion hanya mengalami kenaikan presentase sebesar 2,42%. Dibandingkan dengan industri kreatif kriya dan kuliner walaupun dibawah fashion namun industri kriya dan kuliner mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 19,7% dan 41,8% pada tahun 2016-2017. Serta terus mengalami kenaikan pada tahun 2017-2018 sebesar 28,4% dan 7,05%. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha dalam bidang fashion terbilang rendah dalam perkembangannya.

Besarnya kontribusi di Sub-Sektor Fashion pada kota Bandung saat ini terbukti dengan banyaknya didirikan bisnis Factory outlate, Clothing, Distro dan Departemen store, hal itu pun membuktikan bahwa Bandung mempunyai potensi yang baik dalam bidang industri kreatif khususnya dalam bidang fashion . Berikut adalah tabel 1.3 industri pakaian di Kota Bandung :

Tabel 1.3
Jenis Industri Pakaian di Kota Bandung Tahun 2018

Jenis Usaha	Tahun 2016	Kenaikan (%)	Tahun 2017	Kenaikan (%)	Tahun 2018
Distro	485 Gerai	6,20%	547 Gerai	11%	595 Gerai
FO	85 Gerai	41%	148 Gerai	21%	155 Gerai
Clothing	45 Gerai	78%	95 Gerai	22%	98 Gerai
Departemen Store	60 Gerai	25%	85 Gerai	27%	93 Gerai
Total	765		875		924

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung

Berdasarkan pada Tabel 1.3 menunjukkan bahwa perkembangan distro di Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya dan memiliki jumlah gerai lebih

banyak dibanding jenis usaha lainnya. Berbeda halnya dengan factory outlate, clothing dan juga departement store yang juga mengalami peningkatan namun distro memiliki presentase kenaikan yang kecil dibandingkan dengan jenis industri lainnya. Dengan total keseluruhan sebesar 595 distro yang ada di Kota Bandung. Hal tersebut menunjukkan adanya persaingan Distro di Kota Bandung yang sangat ketat. Peningkatan jumlah Distro yang ada terjadi karena para pelaku bisnis menganggap bahwa distro merupakan sebuah usaha yang sangat menguntungkan dalam jangka panjang. Perkembangan distro yang menjamur di Kota Bandung dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa distro ini memiliki prospek bagus tetapi juga memiliki iklim persaingan yang ketat. Pertumbuhan yang semakin banyak membuat perbedaan satu distro dengan distro lainnya semakin tipis, sehingga perusahaan di tuntut merancang strategi agar dapat bersaing untuk mempertahankan usahanya.

Setiap titik lokasi di kota Bandung memiliki kekhasan sebagai pusat distro, factory outlet, grosir kain, grosir pakaian, kawasan sepatu, kawasan jajanan, kawasan percetakan, kawasan onderdil, kawasan barang bekas dan sebagainya. Dengan demikian setiap lokasi memiliki keunggulan tersendiri sesuai jenis produk dan jasa yang ditawarkan. Keunggulan ini terbentuk selain karena warisan juga intervensi SDM lokal (dalam negeri) yang kreatif. Hal ini dapat dipahami dengan jumlah industri di sectok kreatif yang relative banyak di kota Bandung. Outlet distro di kota bandung penyebarannya cukup merata. Hampir di setiap pusat perbelanjaan yang ramai pengunjung, ada outlet distro yang menyediakan berbagai macam gaya dan model baju distro ini.

Kawasan Distro yang terkenal di Kota Bandung Ada di Kawasan Citarum, di kawasan tersebut beberapa gerai yang terkenal berlokasi di Kawasan Tersebut, kini ada 33 Gerai Distro yang bertahan sampai saat ini, berikut adalah tabel 1.4 yang menunjukkan daftar nama distro yang berada di kawasan citarum.

Tabel 1.4
Data Toko Distro Di KAWASAN CITARUM BANDUNG

No	Nama Toko	No	Nama toko	No	Nama Toko
1.	Cosmic	12.	Bobbie Jeans	23.	Naught
2.	Dndexe	13.	Whstl	24.	Gummo LTD
3.	Reclasy	14.	Vonduych	25.	S / X
4.	Screamouse	15.	Flashy	26.	Phillip Works
5.	Captivate	16.	Torstein	27.	Roughneck
6.	Ryss & Co	17.	Mrjn	28.	PMP Denim
7.	Black Jack	18.	Evil	29.	KZL
8.	Blods	19.	Meedle	30.	Geoff Max
9.	Smith	20.	Blankwear	21.	Norden Basic
10.	Someone	21.	Papersmooth	32.	Wormhole
11.	Yesterday	22.	Blackid Cartel	33.	Rsch

Sumber: Observasi Ppeneliti:2021

Bisnis distro merupakan bisnis yang sangat ketat karena selain memiliki kompetitor yang banyak *barriers* untuk memasuki bisnis ini terbilang cukup mudah hal ini membuat semakin bertambahnya pelaku bisnis distro yang ikut bersaing. Hal ini juga membuat *bargaining power* pembeli sangat kuat karena terdapatnya banyak pilihan bagi konsumen. Untuk menghadapi persaingan yang ketat tersebut diperlukan SDM yang baik untuk mempertahankan usahanya.

Suatu perusahaan atau usaha tentunya membutuhkan manusia sebagai sumber tenaga kerja dalam melaksanakan setiap kegiatannya, karena manusia menjadi pelaku, perencana dan penentu terwujudnya tujuan suatu usaha, baik untuk usaha berskala besar atau kecil. Karena dalam melakukan aktivitas – aktivitas dalam berwirausaha terdapat hal yang perlu diperhatikan, yaitu masalah sumber daya

manusia yang dapat menentukan kemajuan usaha dan menguntungkan usaha tersebut, sehingga komponen-komponen yang ada dapat dimanfaatkan dan saling bekerja sama dengan baik agar tujuan usaha yang diinginkan dapat tercapai.

Wirausaha dan Ilmu Pengetahuan merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan begitu juga sebaliknya. Adanya tenaga kerja yang banyak tidak menjamin suatu usaha dapat berjalan dan dikelola dengan baik apabila kualitas sumber dayanya masih rendah dan tidak didukung oleh ilmu pengetahuan yang memadai. Kemampuan seorang pengusaha atau wirausaha merupakan salah satu faktor terpenting dalam menentukan keberhasilan dalam berwirausaha.

Kemampuan wirausaha dalam mengelola usaha dengan baik dan harus didorong oleh ilmu pengetahuan yang cukup baik pula akan berperan sebagai sumber tenaga kerja yang menjadi objek vital dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan. Agar keberhasilan perusahaan atau usaha yang diinginkan maksimal didalam perusahaan harus didukung oleh kemampuan seorang pengusaha atau wirausaha itu sendiri yaitu kemampuan dalam hal pengetahuan, sikap, keterampilan, dan kematangan emosional. Kemampuan seorang pengusaha atau wirausaha sangat dibutuhkan oleh perusahaan/usaha dan apabila hal tersebut tidak dilaksanakan, dikhawatirkan akan menimbulkan berbagai masalah bagi perusahaan/usaha yang dampaknya terhadap keberhasilan perusahaan itu sendiri atau usaha yang sedang dijalankan.

Selain Kemampuan Wirausaha untuk memperoleh keberhasilan usaha seorang wirausaha harus berprinsip bahwa apa yang dilakukan merupakan usaha optimal untuk menghasilkan nilai maksimal. Wirausaha tidak melakukan sesuatu hal secara

asal-asalan, sekalipun hal tersebut dapat dilakukan oleh orang lain. Dorongan motivasi berwirausaha harus ada dalam diri seorang wirausaha untuk memperoleh keberhasilan usaha.

Keberhasilan suatu usaha dapat diindikasikan dengan bertambah modal usaha, hasil produksi meningkat dan keuntungan bertambah.. Faktor penting dalam keberhasilan usaha adanya keinginan yang kuat dan dorongan-dorongan yang didapat dari dirinya dan lingkungannya, sehingga termotivasi akan usaha yang akan dijalankan. Motivasi merupakan suatu dorongan yang ada dalam diri seseorang maupun dorongan dari orang lain untuk melakukan pekerjaannya guna untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dalam menjalankan usaha. Motivasi juga merupakan keadaan kejiwaan yang mendorong, mengaktifkan dan menggerakkan dan menyalurkan perilaku, sikap dan tindak-tanduk seseorang yang selalu dikaitkan dengan pencapaian tujuan. Motivasi juga diartikan keinginan untuk melakukan sesuatu sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan-tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi suatu kebutuhan individual. Maka dari itu, motivasi sangat diperlukan untuk memulai dan mengembangkan suatu usaha.

Untuk Mendukung Fenomena yang terjadi pada pengusaha distro di kawasan citarum bandung, penulis melakukan survey dengan menyebarkan kuesioner awal kepada 33 responden/pelaku usaha. Hasil survey tersebut dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 1.5
Survey Awal Motivasi Usaha Pada Distro Di Kawasan Citarum

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Anda ingin menjadi pengusaha dikarenakan pendapatan atau laba yang dihasilkan lebih menjanjikan	13 39%	20 61%
Menjadi Pengusaha memotivasi anda untuk mendapatkan status sosial tinggi dimasyarakat dan banyak berinteraksi dengan pengusaha hebat mereka dengan mudah	18 55%	15 45%
Menjadi pengusaha merupakan cara untuk bisa bermanfaat untuk orang banyak yakni memperluas lapangan kerja	25 76%	8 24%
Anda menjadi pengusaha dikarenakan anda ingin mandiri dan tidak bergantung terhadap orang lain atau menjadi pesuruh orang lain	28 85%	5 15%

Sumber: Peneliti 2022

Berdasarkan table 1.5 survey awal kepada responden mengenai Motivasi Usaha Pada Distro di Kawasan Citarum terdapat masalah pada faktor-faktor yang terjadi seperti ingin menjadi pengusaha dikarenakan pendapatan atau laba yang dihasilkan lebih menjanjikan sebesar 39% yang mengatakan ya dan yang mengatakan tidak 61% Maka dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha distro di kawasan citarum tidak termotivasi dari alasan keuangan jika merujuk pada tabel diatas para pelaku usaha memiliki motivasi berusaha agar bisa mandiri dengan presentase 84% yang menjawab iya. Hal ini mengindikasikan bahwa kurangnya motivasi pada para pelaku usaha karena pada dasarnya manusia memiliki kebutuhan dasar untuk bertahan hidup dan membutuhkan uang untuk bertahan hidup, dan jika keuangan yang menjadi prioritas utama mereka ada indikasi mereka tidak ingin mengambil resiko atau tantangan yang besar untuk memperoleh keuntungan yang besar.

Tabel 1.6
Survey Awal Kemampuan Usaha Pada Distro Di Kawasan Citarum

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Memiliki pengetahuan tentang usaha yang di tekuninya	22 67%	11 33%
Memiliki ide atau terobosan baru untuk memajukan usahanya	10 30%	23 70%
Memiliki Pengetahuan dalam hal teknis seperti desain produk, Pemasaran dan Keuangan	18 55%	15 45%
Memiliki kemampuan untuk berkreasi dan berinovasi terhadap produknya	25 76%	8 24%
Memiliki Pandangan yang jauh kedepan	18 55%	15 45%
Mampu memprediksi keadaan yang akan datang (keadaan ekonomi, pasar dan trend yang akan terjadi)	13 39%	20 61%
Memiliki kemampuan komunikasi dengan baik sehingga bisa dengan mudah bergaul dan menjalin kekerabatan dengan orang lain	23 70%	10 30%

Sumber: Peneliti 2022

Berdasarkan hasil survey awal yaitu hasil tanggapan dari 33 responden pada Distro dikawasan citarum sebanyak 70% dari para pelaku usaha mengatakan para pelaku usaha tidak memiliki ide atau terobosan baru untuk memajukan usahanya maka dapat di simpulkan bahwa para pelaku usaha tidak memiliki kemampuan imajinasi hal itu akan menghambat proses kreativitas dan inovasi para pelaku usaha dimana hal-hal tersebut merupakan hal yang penting untuk dimiliki para pelaku usaha agar mencapai keberhasilan usaha.

Tabel 1.7
Survey Awal Keberhasilan Usaha Pada Distro Di Kawasan Citarum

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Adanya peningkatan modal atau Asset dari tahun ke tahun	18 55%	15 45%
Adanya peningkatan profit penjualan dari tahun ke tahun	20 61%	13 3%
Adanya peningkatan jumlah produksi dari tahun ke tahun	12 36%	21 64%
Adanya peningkatan tenaga kerja dari tahun ke tahun	11 33%	22 67%

Sumber: Peneliti 2022

Berdasarkan hasil survey awal yaitu hasil tanggapan dari 33 responden pada Distro dikawasan citarum sebanyak 64% dari para pelaku usaha mengatakan bahwa tidak adanya peningkatan jumlah produksi dari tahun ke tahun dan sebanyak 67% dari pelaku usaha mengatakan bahwa tidak adanya peningkatan jumlah tenaga kerja dari tahun ke tahun, maka dapat disimpulkan bahwa Output Produksi dan Tenaga kerja tidak mengalami peningkatan. Besar kecilnya output produksi suatu usaha akan sangat memengaruhi besar kecilnya suatu penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha pada Distro dikawasan Citarum tidak berhasil menjalankan usahanya.

Dari fenomena yang terjadi di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“MOTIVASI USAHA DAN KEMAMPUAN USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA DISTRO DI KAWASAN CITARUM”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Untuk mengetahui masalah - masalah apa saja yang dihadapi dalam penelitian ini, maka penulis melakukan identifikasi masalah dari latar belakang penelitian yang penulis lakukan dan mendapatkan hasil identifikasi sebagai berikut :

1. Terdapat Banyaknya gerai distro dikota Bandung tetapi dengan kenaikan pelaku usaha yang kecil mengindikasikan adanya iklim persaingan usaha yang ketat.

2. Para pelaku usaha distro di kawasan citarum tidak memiliki motivasi dalam usahanya terutama dalam mencapai prestasi dan mengatasi tantangan sulit dalam usahanya.
3. Para pelaku usaha tidak memiliki kemampuan imajinasi hal itu akan menghambat proses kreativitas dan inovasi para pelaku usaha dimana hal-hal tersebut merupakan hal yang penting untuk dimiliki para pelaku usaha agar mencapai keberhasilan usaha.
4. Output Produksi dan Tenaga kerja tidak mengalami peningkatan. Output produksi suatu usaha akan sangat memengaruhi besar kecilnya suatu penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan.

1.3.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha?
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha?
4. Seberapa besar pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha secara parsial maupun simultan pada Pelaku Usaha Distro Kawasan Citarum?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.2 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Motivasi dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha. Tujuan yang ingin di capai dari hasil penelitian ini adalah menganalisis Motivasi dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada Distro kawasan Citarum Bandung. Selain itu untuk mengetahui data-data yang di perlukan mengenai pengaruh Motivasi dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada Distro kawasan Citarum Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan di atas, maka dari tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha.
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha.
3. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha secara parsial maupun simultan pada Pelaku Usaha Distro Kawasan Citarum.

1.3.3 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan dilakukan penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Hasil penelitian ini diharapkan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi semua kalangan baik bagi aspek keilmuan.

1) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan masukan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk memecahkan masalah yang dihadapi, terutama mengenai pengaruh Motivasi dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha.

2) Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi pihak lain yang membantu dalam menghadapi permasalahan yang sama khususnya bidang bisnis dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha dan juga dapat dijadikan sebagai acuan salah satu sumber informasi bagi semua pihak yang ingin mengadakan penelitian serupa.

1.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.3.2 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan usulan penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada Distro di Kawasan Citarum Bandung di Lokasi yang akan diteliti oleh penulis adalah Distro di Kawasan Citarum Bandung.

1.4.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.8
Pelaksanaan Penelitian

No	Uraian	Waktu Kegiatan																							
		Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret			
		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						■	■	■	■	■	■													
6	Penyusunan Penelitian													■	■	■	■	■	■	■	■				
7	Sidang Akhir																					■	■	■	■