

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Dunia usaha merupakan sesuatu hal yang diminati oleh banyak orang untuk saat ini, terbukti dengan banyaknya UMKM baru yang bermunculan, baik itu usaha yang baru dirintis, maupun yang sudah berjalan. Apalagi dengan perekonomian Indonesia sekarang ini yaitu sulitnya mencari pekerjaan. Hal ini dikarenakan karena tidak seimbangnya antara jumlah lapangan kerja dengan jumlah orang yang mencari kerja. Selain itu juga disebabkan adanya persaingan yang semakin kuat diantara pencari kerja.(abdul halim,2020)

UMKM memegang peran yang besar apabila dikaitkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial dalam negeri seperti tingginya tingkat kemiskinan, besarnya jumlah pengangguran, ketimpangan distribusi pendapatan, proses pembangunan yang tidak merata serta masalah urbanisasi dengan segala efek-efek negatifnya. Artinya keberadaan atau perkembangan UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah-masalah tersebut. Apalagi di era perdagangan bebas dan semakin gencarnya proses globalisasi (siwi indriyani,2017)

UMKM yang ada di Indonesia menjadi salah satu sumber penting bagi perdagangan di negara ini, maka menjadi kesempatan untuk para pedagang khususnya UMKM untuk terus melakukan perkembangan dalam usaha mereka agar tujuan keberhasilan usaha bisa tercapai. Pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh wirausahawan yang dapat membuat lapangan pekerjaan karena

kemampuan pemerintah sangat terbatas (Nur *at,al*, 2018). Dengan terus berubahnya keinginan konsumen maka menjadi tantangan dan kesempatan bagi perusahaan untuk terus berkembang khususnya UMKM yang mempunyai perkembangan yang baik, karena jumlah UMKM yang ada di Indonesia terus mengalami peningkatan maka tidak dapat dipungkiri bahwa lapangan pekerjaan menjadi banyak

Dengan banyaknya orang yang menciptakan lapangan kerja/ membuat usaha baru akan mengakibatkan semakin banyaknya pelaku usaha dan secara tidak langsung akan menimbulkan persaingan diantara UMKM tersebut. Apalagi untuk sekarang ini persaingan diantara UMKM semakin ketat. Persaingan itu merupakan hal yang wajar dalam dunia usaha. Kini tergantung bagaimana cara UMKM tersebut untuk bisa mencapai keberhasilan, Karena tidak sedikit perusahaan yang gulung tikar akibat tidak bisa bersaing dengan pesaing. menurut Bienayme dalam Syaiful Bahri dan Mutia Arda (2019), Keberhasilan usaha diidentikan dengan perkembangan perusahaan.

Pada saat ini salah satu sektor penggerak perekonomian Indonesia yang telah mendapatkan perhatian dari pemerintah adalah pada sektor industri. Kehadiran suatu industri merupakan bagian yang penting dalam memajukan roda perekonomian yang bertujuan untuk meningkatkan arah ekonomi yang lebih baik.

**TABEL 1.1**

**JUMLAH UMKM SELURUH INDONESIA**

Provinsi	Mikro	Kecil
----------	-------	-------

	2018	2019	2020	2018	2019	2020
ACEH	110701	104801	100728	3341	2117	2572
SUMATERA UTARA	133221	122524	113495	7387	4628	6668
SUMATERA BARAT	104296	97978	91079	4292	2734	3313
RIAU	75215	58320	48750	2661	1517	1952
JAMBI	33495	27479	25254	1069	680	831
SUMATERA SELATAN	68082	77973	73404	5482	2334	2165
BENGKULU	27931	21144	19919	340	523	514
LAMPUNG	93011	92214	84452	2482	2827	4074
KEP. BANGKA BELITUNG	25027	22114	21075	561	685	482
KEP. RIAU	29013	16782	13482	982	249	297
DKI JAKARTA	28059	50030	46084	9791	12899	12933
JAWA BARAT	493784	597300	584920	42423	32297	41023
JAWA TENGAH	865215	857981	831652	49635	54440	66510
DI YOGYAKARTA	107489	140215	133132	5941	6443	4367
JAWA TIMUR	694062	770419	720250	85328	92031	108232
BANTEN	101727	108712	100709	8232	4427	6968
BALI	114363	156291	145622	4146	4829	3894
NUSA TENGGARA BARAT	86213	97511	92839	9992	10970	11749
NUSA TENGGARA TIMUR	160706	139485	135051	1528	678	1003
KALIMANTAN BARAT	49533	42494	38187	3302	530	962
KALIMANTAN TENGAH	30830	24421	21774	810	1042	1499
KALIMANTAN SELATAN	68383	55889	52798	1979	1864	2835
KALIMANTAN TIMUR	32659	31035	23550	1066	1007	1094
KALIMANTAN UTARA	5939	7032	4771	143	162	192
SULAWESI UTARA	47820	36458	35727	631	573	1384
SULAWESI TENGAH	83028	82956	81535	6396	2423	3024

SULAWESI SELATAN	107643	124786	121097	1536	5037	5392
SULAWESI TENGGARA	69374	48915	44620	620	520	968
GORONTALO	28040	27535	27273	1982	1180	1363
SULAWESI BARAT	26197	25653	25221	495	642	671
MALUKU	45771	24839	21890	188	165	311
MALUKU UTARA	28859	13993	13289	452	220	294
PAPUA BARAT	7080	6645	4277	226	98	281
PAPUA	15571	15184	11812	271	297	282
Jumlah	3998337	4127108	3909718	265710	253068	300099

Sumber : <https://www.bps.go.id/indicator>

Berdasarkan analisis jumlah UMKM seluruh Indonesia pada Tahun 2018-2020 diatas, di dapatkan hasil bahwa Jawa Barat merupakan Provinsi yang memiliki jumlah UMKM terbesar ke 2 di Indonesia dengan jumlah UMKM sebesar 400+ ribu per tahun untuk usaha mikro dan 42 ribu per tahun untuk usaha kecil. Berikut adapula daerah-daerah di Jawa Barat yang menghasilkan UMKM terbanyak, seperti tabel 1.2

**TABEL 1.2**

**JUMLAH UMKM JAWA BARAT TAHUN 2021**

KOTA/KOTA	JUMLAH
KOTA SUKABUMI	363176
KOTA CIANJUR	338612
KOTA BANDUNG	476954

KOTA GARUT	349863
KOTA TASIKMALAYA	253908
KOTA CIAMIS	188633
KOTA KUNINGAN	128103
KOTA CIREBON	341037
KOTA MAJALENGKA	211749
KOTA SUMEDANG	156884
KOTA INDRAMAYU	257929
KOTA SUBANG	229215
KOTA PURWAKARTA	117790
KOTA KARAWANG	315388
KOTA BEKASI	311927
KOTA BANDUNG BARAT	211001
KOTA PANGANDARAN	81401
KOTA BOGOR	116656
KOTA SUKABUMI	53979
KOTA BANDUNG	464346
KOTA CIREBON	54306
KOTA BEKASI	274143
KOTA DEPOK	219238
KOTA CIMAHI	76833
KOTA TASIKMALAYA	123010
KOTA BANJAR	34962

Sumber : <https://opendata.jabarprov.go.id/>

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah UMKM Kota Bandung memiliki angka yang paling tinggi di Jawa barat yaitu dengan jumlah 464.346 UMKM. Kota Bandung merupakan salah satu daerah yang memiliki jumlah

UMKM terbesar di Jawa Barat, hal tersebut membuat industri di Kota Bandung menyerap banyak tenaga kerja sehingga berpengaruh dalam perekonomian.

**Tabel 1.3**

**Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Bandung**

sektor	Tahun
	2021
AKSESORIS	1081
BATIK	1081
BORDIR	154
CRAFT	38605
<i>FASHION</i>	37679
KONVEKSI	23009
KULINER	166158
MAKANAN	121530
MINUMAN	22546
Total	411843

Sumber : <https://opendata.jabarprov.go.id/>

Menurut tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada sektor industri Makanan di Kota Bandung memiliki jumlah unit usaha yang relatif besar yaitu 166158 unit, kemudian posisi kedua tertinggi sektor Minuman merupakan Industri yang cukup besar juga dengan jumlah 121530 unit sedangkan posisi tertinggi ke tiga merupakan industri makanan dengan posisi tertinggi ke tiga sebesar unit.

Salah satu bagian dari wilayah Kota Bandung tepatnya di sepanjang Jalan A. Yani atau biasa disebut Kawasan Kosambi terdapat UMKM yang menjual mulai

dari oleh-oleh khas Bandung, emas, sepeda, *Fashion*. Termasuk Pasar Kosambi merupakan pasar tradisional yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat, namun sekarang telah diubah menjadi salah satu ruang kreatifitas anak muda menjadi Hallway space yang terletak di Lantai 2 Pasar Kosambi. Hallway space menyediakan aneka ragam produk industri kreatif mulai dari fesyen, kuliner, musik, kerajinan tangan atau kriya, otomotif. Lahan seluas 1.400 meter persegi ini diproyeksikan bagi 500 toko. Sasaran pelaku industrinya mengarah pada komunitas dan acara (*event*) agar Hallway menjadi ruang kreatif yang saling terhubung. Berikut ada pula data mengenai jumlah para tenant di The hallway space Kosambi Bandung

**Tabel 1.4**

**Jumlah Tenant di The Hallway Space**

NO	JENIS	JUMLAH
1	<i>Fashion</i>	41
2	<i>Hobbies and Lifestyle</i>	19
3	<i>Food and Beverages</i>	29

*Sumber : The Hallway Space*

Berdasarkan tabel 1.4 dapat dilihat bahwa jumlah *tenant* dalam bidang *Fashion* lebih mendominasi, hal tersebut dikarenakan *Fashion* lebih digemari oleh masyarakat didukung dengan banyaknya generasi muda Bandung yang memiliki kreativitas tinggi dalam membuat *product apparel, clothing* dan distro.

Keberhasilan usaha di pengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kemampuan manajerial. Seorang manajer dalam menjalankan usahanya harus memikul berbagai peranan, tugas dan tanggung jawab, oleh karena itu setiap manajer dituntut untuk memiliki kemampuan/keterampilan dalam mengelola sumber – sumber yang ada dalam perusahaannya, terutama kemampuan mengkombinasikan sumber daya manusia dan alam yang diwujudkan dengan menjalankan fungsi – fungsi manajemen (hidayah *at,al*,2015).

Dan faktor yang lain yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah perilaku kewirausahaan seorang yang memiliki jiwa wirausaha selalu berkomitmen dalam melakukan tugasnya sampai berhasil. Karena itu harus selalu tekun, pantang menyerah sebelum pekerjaannya berhasil. Jika seorang manajer perusahaan mempunyai perilaku kewirausahaan yang tinggi maka pencapaian keberhasilan usaha juga akan semakin tinggi. Faktor internal yang paling penting dalam mempengaruhi keberhasilan usaha adalah kewirausahaan dan manajerial (komsikoranti,2013)

Untuk dapat mengetahui kondisi sebenarnya pada keberhasilan *Fashion* di wilayah Kosambi Bandung Kota Bandung berdasarkan pada pengelolaan kemampuan manajerial, akan dilakukannya survey yang bersifat sementara dimana akan ditujukan kepada 20 responden yang memiliki keterikatan dengan usaha The Hallway Space di wilayah Kosambi Bandung melalui penyebaran kuisisioner awal yang tentunya akan dikaitkan dengan variabel yang akan diteliti. Berikut ini hasil survey awal variable Keberhasilan Usaha pada Tabel 1.5.

**Tabel 1.5**

### Kuisisioner Awal Y Keberhasilan Usaha

NO	PERTANYAAN	F			
		YA		TIDAK	
Keberhasilan Usaha					
1	Apakah volume penjualan anda mengalami peningkatan?	10	50%	10	50%
2	Apakah Pendapatan yang di dapat mengalami peningkatan?	13	65%	7	35%
3	Apakah Keuntungan anda sudah melebihi target?	8	40%	12	60%
4	Apakah anda melakukan penambahan tenaga kerja di usaha anda?	7	35%	13	65%

*Sumber: Para pengusaha di The Hallway Spcae*

Berdasarkan hasil survey awal pada 20 responden pada Tabel 1.5 mengenai indikator tingkat keberhasilan usaha dalam mengelola usaha *Fashion* di The Hallway Space menyatakan bahwa para pengusaha *Fashion* di The Hallway Space tidak mau melakukan perekrutan tenaga kerja, dikarenakan pekerja yang bekerja saat ini masih cukup untuk mengelola dan menjalankan usaha serta volume penjualan masih belum meningkat. Penyerapan tenaga kerja dibutuhkan ketika ada hal yang benar-benar mendesak seperti saat meningkatnya konsumen yang datang mengunjungi toko untuk berbelanja, dan juga ketika diselenggarakannya suatu *event* di The Hallway yang membutuhkan *crew* demi kelancaran acara tersebut.

Akibat kurangnya melakukan *branding* terhadap produk yang di jual dan kurangnya informasi kepada masyarakat mengenai tempat tersebut mengakibatkan tingkat volume penjualan yang menurun ditambah lagi dengan keadaan yang tidak bisa dihindari yaitu pada saat awal Covid-19 yang membuat

usaha tidak stabil sehingga mempengaruhi keuntungan pada usaha *Fashion* tersebut. (The hallways space)

Keberhasilan usaha pun mempengaruhi kemampuan manajerial, karena Kemampuan manajerial sangat dibutuhkan dalam dunia usaha untuk mengambil setiap keputusan dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan, maka dari itu kemampuan manajerial harus bisa di terapkan oleh para pengusaha. Berikut ini hasil survey awal variable Keberhasilan Usaha pada Tabel 1.6.

**Tabel 1.6**

**Kuisisioner Awal X1 Kemampuan manajerial**

NO	PERTANYAAN	F			
		YA		TIDAK	
Kemampuan manajerial					
1	Apakah anda memiliki keahlian teknis yang sesuai dengan usaha yang anda jalani?	9	45%	11	55%
2	Apakah anda memiliki kemampuan untuk berinteraksi baik dengan staff maupun mitra usaha?	8	40%	12	60%
3	Apakah anda memahami secara mendalam kegiatan usaha yang anda jalani?	17	85%	3	15%

*Sumber: Para pengusaha di The Hallway Spcae*

Berdasarkan hasil survey awal pada 20 responden pada Tabel 1.6

mengenai indikator tingkat Kemampuan Manjerial dalam mengelola usaha *Fashion* di The Hallway Space menyatakan bahwa pengusaha *Fashion* di The Hallway Space memiliki kemampuan teknis yang masih kurang baik dikarenakan tidak berjalannya tugas pokok dan fungsi sesuai SOP yang berlaku, sehingga kurangnya interaksi yang baik antara staff ataupun mitra. Oleh karena itu seorang pengusaha harus meningkatkan kemampuan teknis dilapangan seperti kesiapan dalam mengatasi masalah yang ada di tempat usaha, dan seharusnya ada staff yang bertanggung jawab untuk menjaga tokonya tidak berada di luar jangkauan toko agar memudahkan konsumen yang datang dalam proses transaksi, dan dalam berinteraksi dengan pengunjung lebih ditingkatkan lagi pelayanannya mulai dari konsumen masuk ke toko hingga proses transaksi berlangsung staff harus sigap dan selalu menyiapkan yang dibutuhkan oleh pelanggan seperti tersedianya kantong belanja dan tersedianya uang kembalian agar konsumen tidak perlu menukarkan uangnya terlebih dahulu. Hal tersebut mengakibatkan konsumen tidak mau berbelanja kembali. (The hallways space)

Seorang manajer tidak tiba-tiba menjadi pemimpin yang memiliki berbagai keahlian yang baik, seorang manajer harus dapat mengembangkan diri di berbagai bidang yang harus dimilikinya Berikut ini hasil survey awal variable Perilaku Kewirausahaan pada Tabel 1.7.

**Tabel 1.7**

**Kuisisioner Awal X2 Perilaku Kewirausahaan**

NO	PERTANYAAN	F	
		YA	TIDAK

Perilaku Kewirausahaan					
1	Apakah anda percaya diri dengan produk yang dihasilkan?	18	90%	2	10%
2	Apakah anda berusaha membuat produk dengan kualitas yang baik?	18	90%	2	10%
3	Apakah anda berani mangambil resiko dengan keputusan yang di ambil?	7	50%	13	65%
4	Apakah anda mampu memimpin usaha anda dengan baik?	18	90%	2	10%
5	Apakah anda membuat jenis produk baru yang belum ada di pasaran?	9	45%	11	55%
6	Apakah anda berorientasi ke masa depan untk usaha anda?	15	75%	5	25%

Sumber: Para pengusaha di The Hallway Spcae

Berdasarkan hasil survey awal pada 20 responden pada table 1.7 mengenai indikator tingkat Perilaku Kewirausahaan dalam mengelola usaha, menyatakan bahwa pengusaha *Fashion The Hallway Space* masih mengikuti para *market leader* perihal pembuatan produk yang akan mereka jual dari segi bahan model, dikarenakan tidak ada kemauan pengambilan resiko yang bisa mengakibatkan kerugian terhadap usaha yang mereka jalani. Sebagai *market follower* kebanyakan dari mereka masih banyak yang baru dalam berbisnis dan dengan cara mengikuti model *Fashion* yang sudah ada dipasaran bisa meminimalisir resiko yang akan mengakibatkan kegagalan. Ada beberapa kelebihan yang

didapatkan para pelaku usaha sebagai market leader diantaranya laba tinggi karena tidak ada beban tinggi untuk inovasi dimana pelaku usah tidak mengeluarkan anggaran yang besar untuk keperluan riset dan pengembangan produknya dan bisa memanfaatkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh market leader saat melakukan promosi produk baru, maka sebagai market *follower* akan mengamati respon pasar terhadap produk sehingga tidak perlu memikirkan cara untuk mendapat respon pasar.

Meskipun para pengusaha tidak mau mengambil resiko tetap saja mereka akan dihadapi dengan resiko yang akan muncul dari berbagai faktor. Oleh karena itu para pengusaha harus memiliki strategi jangka panjang kedepannya dengan dibekali pengetahuan mengenai produk.(The hallways space)

Dari survey langsung yang bersifat sementara dimana dilakukan terhadap 20 responden yaitu para pengusaha *Fashion The Hallway Space* di wilayah Kosambi Bandung, dinyatakan bahwa indikator pada tingkat kemampuan manajerial dan tingkat perilaku kewirausahaan dalam pengelolaan usaha *The Hallway Space* di wilayah Kosambi Bandung lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat keberhasilan usaha *The Hallway Space* di wilayah Kosambi Bandung.

Dari table 1.2 kita bisa melihat bahwa adanya gap antara teori dengan apa yang terjadi dilapangan menurut *theory* yang menyatakan bahwa pengelola yang mempunyai kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan yang tinggi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Suryana, 2011:26).

Berdasarkan fenomena tersebut penulis tertarik untuk penelitian lebih mendalam dengan judul: **“Pengaruh Kemampuan Manajerial Dan Perilaku**

## **Kewirausahaan Terhadap keberhasilan Usaha Pada Pelaku Bisnis *Fashion* The Hallway Space Kosambi Bandung”**

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

#### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diteliti oleh penulis, sehingga mendapatkan identifikasi sebagai berikut:

1. Para Pengusaha belum bisa mencari cara untuk meningkatkan volume penjualan.
2. Para Pengusaha belum bisa mencari cara untuk meningkatkan Pendapatan.
3. Para Pengusaha tidak bisa menyerap tenaga kerja.
4. Para Pengusaha tidak memiliki keahlian teknis yang baik ketika dilapangan.
5. Pelayanan yang diberikan oleh staff masih belum memuaskan konsumen
6. Para Pengusaha tidak bisa berinteraksi yang baik dengan para staff dan mitranya dikarenakan kurangnya komunikasi saat adanya

permasalahan

7. Para Pengusaha tidak berani mengambil resiko yang ada dikarenakan takutnya kerugian
8. Para Pengusaha tidak membuat jenis produk yang baru

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Bertolak dari masalah diatas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kemampuan Manajerial *Fashion the Hallway Space Kosambi Bandung*.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Perilaku kewirausahaan pada *Fashion The Hallway Space Kosambi Bandung*.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada *Fashion The Hallway Space Kosambi Bandung*.
4. Bagaimana pengaruh Kemampuan Manajerial dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada *Fashion The Hallway Space Kosambi Bandung*, baik secara simultan maupun secara parsial

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data guna kepentingan menganalisis variabel – variabel penelitian dalam konteks permasalahan pengaruh kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui tanggapan responden mengenai Kemampuan Manajerial pada Pelaku Usaha di *Fashion The Hallway Space Kosambi Bandung*
2. Mengetahu tanggapan responden mengenai Perilaku Kewirausahaan pada *Fashion The Hallway Space Kosambi Bandung*
3. Mengetahui tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada *Fashion The Hallway Space Kosambi Bandung*
5. Untuk mengetahui pengaruh Kemampuan Manajerial dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada *Fashion The Hallway Space Kosambi Bandung*, baik secara simultan maupun secara parsial

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak dalam berbagai aspek :

### 1. Perusahaan

Bagi perusahaan diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang bersifat membangun bagi perkembangan atau kemajuan perusahaan.

### 2. Pihak Terkait

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan bahan pertimbangan atau lainnya yang mungkin dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut khususnya mengenai Kemampuan Manajerial dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Keberhasilan usaha.

### 3. Lain –lain

Selain itu dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran bagi perusahaan – perusahaan lain yang mengalami permasalahan yang sama.

## **1.4.2 Kegunaan Akademis**

### A. Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pembanding antara ilmu manajemen yang sudah ada untuk diharapkan pada dunia usaha secara nyata serta dapat menguntungkan semua pihak.

### B. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini dimaksudkan sebagai suatu masukan bagi pihak – pihak yang akan melakukan penelitian dengan masalah yang sama, dan juga menjadi bahan bacaan untuk menambah wawasan pengetahuan khususnya mengenai masalah yang berkaitan dengan Kemampuan Manajerial dan Perilaku Kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha di *Fashion Kosambi Bandung*

### C. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis khususnya mengenai manajerial dan perilaku kewirausahaan terhadap Keberhasilan usaha sebagai perilaku yang nyata dengan menerapkan teori – teori yang penulis dapatkan selama perkuliahan dan membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Serta melatih kemampuan penulis dalam menganalisa suatu masalah dan berfikir sistematis.

## **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Untuk memperoleh data dan informasi penulis maka melakukan penelitian pada industri *Fashion The Hallway Space Kosambi Bandung*, Kota Bandung.

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Dalam penyusunan data dan informasi untuk Proposal Usulan Penelitian di *Fashion The Hallway Space Kosambi Bandung*, dilakukan selama 3 bulan dimulai Maret 2022 Hingga Mei 2022.

**Tabel 1.4 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						■																		
6.	Revisi							■																	
7.	Penelitian Lapangan									■	■	■	■	■	■	■	■								
8.	Bimbingan											■	■	■	■	■	■	■	■						
9.	Sidang																			■	■	■	■	■	■