

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

UMKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia. Sektor informal atau UMKM ini menjadi sektor khusus yang menjadi perhatian Pemerintah dalam Pemulihan Ekonomi Nasional. Dengan harapan, UMKM dapat memperpanjang napas dan meningkatkan kinerjanya yang berkontribusi pada perekonomian Indonesia. (<https://djikp.kominfo.go.id> 2022)

Roda ekonomi Indonesia bisa bangkit, salah satunya karena kreativitas yang memunculkan giat pada sektor bisnis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Kebangkitan sektor UMKM dapat berdampak dan mempercepat pemulihan ekonomi Indonesia. Seperti diketahui, sektor ini memang sudah menjadi tulang punggung Tanah Air. Data Kementerian Koperasi dan UKM menyebut, jumlah sektor bisnis UMKM di Indonesia pada 2021 mencapai 64,19 juta dengan partisipasi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,97 persen atau senilai Rp 8,6 triliun. Sektor bisnis UMKM memiliki peranan terhadap perbaikan ekonomi Indonesia, terlihat dengan kemampuannya menyerap 97 persen tenaga kerja dan mengintegrasikan investasi sebesar 60,4 persen. (<https://money.kompas.com> 2022)

Menteri Perdagangan (Mendag) Muhammad Lutfi mengungkapkan tantangan yang harus dihadapi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di

Indonesia. Menurut, terdapat tiga permasalahan utama yang harus diharapi oleh UMKM Indonesia. Pertama adalah kurangnya pengalaman. Hal ini membuat UMKM sulit untuk beradaptasi terhadap perkembangan. Kedua adalah kurangnya jaringan atau *networking*, yang menyulitkan untuk berkompetisi. Ketiga, kurang pendanaan. Ketiga tantangan tersebut, menyebabkan UMKM Indonesia belum mempunyai daya saing yang baik. (<https://www.liputan6.com>, 2021)

Untuk menjadi negara dengan perekonomian yang kuat, Indonesia membutuhkan wirausahawan dalam jumlah besar. Kementerian Perindustrian mencatat, pada 2021 rasio kewirausahaan Indonesia baru 3,55 persen, jumlah tersebut masih di bawah Thailand maupun Malaysia yang sudah lebih dari 4 persen. Bahkan Singapura telah mencapai 8,7 persen, dan negara-negara maju lainnya sudah lebih dari 12 persen. (www.liputan6.com 2022)

Selain mampu memberi dampak yang positif bagi perekonomian negara, UMKM juga memberikan dampak yang baik bagi sejumlah provinsi di Indonesia. Seperti di Jawa Barat, UKM berperan penting dalam pemasukan pendapatan di Jawa Barat.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah UMKM di Jawa Barat Tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah UMKM
2017	4.921.573
2018	5.226.081
2019	5.549.429
2020	5.892.792
2021	6.257.390

Sumber: Open Data Jabar (2021)

Dari tabel 1.1 diatas terlihat bahwa UMKM memiliki peran yang penting bagi perekonomian Jawa Barat. Dari tahun ke tahun kontribusi UMKM menunjukkan peningkatan. Di Jawa Barat sendiri terdapat berbagai jenis UMKM yang tersebar di berbagai kota.

Kota Bandung sebagai salah satu ibu kota provinsi di Indonesia, dihuni oleh tidak kurang dari 2.5 juta penduduk dengan hampir tiga per empatnya merupakan kelompok usia produktif antara 15 sampai dengan 64 tahun (BPS, 2019). Tak ayal lagi, perekonomian di kota ini terus menggeliat seiring dengan ramainya aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh para angkatan kerjanya. laju pertumbuhan ekonominya dalam sepuluh tahun terakhir, tepatnya periode tahun 2010 sampai 2019, angkanya mencapai 7,6 persen per tahun dengan rata-rata pengeluaran tiap penduduknya hampir menyentuh angka 80 juta rupiah per tahun, sekaligus yang tertinggi di Jawa Barat (BPS, 2019).

Pertumbuhan positif tersebut tentunya tidak terlepas dari andil sektor-sektor unggulan yang dimiliki oleh Kota Bandung. Jika merujuk pada data Produk

Domestik Regional Bruto (PDRB) berdasarkan lapangan usaha yang dirilis oleh BPS, terdapat 3 sektor lapangan usaha dengan kontribusi terbesar bagi Kota Bandung pada tahun 2019, yaitu sektor perdagangan besar dan eceran (28 persen), sektor industri pengolahan (19 persen) dan sektor informasi dan komunikasi (14 persen). Pada tahun 2010, kontribusi sektor industri pengolahan mencapai 26%, namun angka tersebut terus menyusut hingga akhirnya tinggal menyisakan 16% di tahun 2019. Dari segi pangsa pasar di tingkat provinsi, sektor industri pengolahan Kota Bandung harus puas berada di peringkat ke- 5 dengan penguasaan pangsa pasar hanya sekitar 6% pada tahun 2019. Sementara jika melihat iklim bisnisnya, pengembangan sektor ini di wilayah perkotaan seperti Kota Bandung, sangat terkendala oleh keterbatasan lahan yang diatur dalam regulasi tata ruang kota. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung no 18 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Bandung tahun 2011-2035, wilayah industri di Kota Bandung hanya diperuntukkan untuk industri ringan (kecil-sedang) dan industri rumah tangga. (<https://www.viva.co.id>, 2021)

Tabel 1.2
Sentra Industri di Kota Bandung Tahun 2017-2021

No.	Nama-nama Sentra Industri
1	Sentra Tahu Goreng Ujungberung
2	Sentra Batik Kampung Batik Cigadung
3	Sentra Tahu Cibiru
4	Sentra Percetakan Pagarsih
5	Sentra Konveksi/Pakaian Jadi Cigondewah
6	Sentra Roti Kopo
7	Sentra Las Ketok dan Perbengkelan Karasak
8	Sentra Sikat dan Sapu Cibiru
9	Sentra Rajut Binongjati
10	Sentra Tahu dan Tempe Cibuntu
11	Sentra Sentra Boneka Sukamulya
12	Sentra Kusen Astana Anyar
13	Sentra Tas Kebon Lega
14	Sentra Boneka Warung Muncang
15	Sentra Oven Cimindi
16	Sentra Bengkel Las, Bubut Kebon Waru
17	Sentra Sepatu Cibaduyut
18	Sentra Gorengan Tempe Leuwi Panjang
19	Sentra Rajut Margasari
20	Sentra Suku Cadang Kiaracondong
21	Sentra Kaos dan Sablon Suci
22	Sentra Pindang Margasari
23	Sentra Opak Cigondewah
24	Sentra Pakaian Jadi Bayi Hantap
25	Sentra Tempe dan Oncom Situ Saeur
26	Sentra Kerupuk Palembang Madesa
27	Sentra Perabot Dapur Warung Muncang
28	Sentra Pakaian Jadi Anak Pagarsih
29	Sentra Telor Asin Derwati
30	Sentra Tekstil Cigondewah
31	Sentra Kenalpot Sadakeling
32	Sentra Kasur Cigondewah

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung 2021

Sentra Industri Tas Kebon Lega adalah salah satu dari sentra industri potensial yang ada di Bandung. Sentra Industri Tas Kebon Lega terletak dikomplek leuwi sari, Jalan Leuwi Panjang, kecamatan Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Fokus sentra ini adalah memproduksi berbagai jenis tas. Macam-macam Tas yang diproduksi diantaranya Tas sekolah, Tas kerja, tas laptop, Tas untuk sovenir dll. Nama sentra ini diambil dari nama sebuah jalan kecil (gang) tempat para perajin memproduksi tas, yakni gang Kebon Lega. Layaknya home industry, para perajin tas di sentra Kebon Lega menjalankan usahanya di rumah. Pada awalnya, sejumlah perajin tas di gang Kebon Lega menjual hasil produksinya di area Jalan Leuwi Panjang. Tapi, karena usahanya tak berjalan lancar, sebagian perajin memutuskan untuk mengembangkan usahanya di rumah pribadi.

Berdasarkan survey awal dan pengumpulan data yang diperoleh pada Sentra Industri Tas Kebon Lega, dapat diketahui jumlah pemilik usaha di Sentra Industri Tas Kebon Lega sebagai berikut:

Tabel 1.3

Jumlah Pemilik Usaha di Sentra Tas Kebon Lega

Tahun	Pelaku IKM
2017	53
2021	39

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung 2022

Berdasarkan data diatas di atas bukti nama pelaku usaha yang berada di Sentra Industri Tas Kebon Lega sebagai berikut:

Tabel 1.4

Nama-nama Pelaku Usaha Sentra Industri Tas Kebon Lega

No	Nama Pelaku Usaha	No	Nama Pelaku Usaha
1	Yudi Rahman	21	Dede Tatang
2	Warso	22	Deden/Ibu Rosita
3	Usep Wulan Nurdin	23	Ahmad Saepudin
4	Nanang Suherman	24	Imas/Aceng Manan
5	Fahmi Riadi	25	Hada Roni
6	Hadiyanto (Pak Ucok)	26	Iwa
7	Meli Meylani	27	Oded/Ahmad Rizal
8	Susi	28	Azis
9	Wawan Suparman	29	Anwar Sanusir
10	Entih	30	Asep Sopyan
11	Hery	31	Asep Suparman/Sinta
12	Sudirman	32	Edi/Juju Juariah
13	Egi Aan Suryana	33	Dedi Hidayat
14	Ihom Saepuloh	34	Deni
15	Didin Rosidin	35	Wahyudi
16	Dadang Derajat	36	Dadang
17	Ucu	37	M. Irfan Hilmi
18	Sutardi	38	Yahya
19	Rahmat Nugraha	39	Yusuf
20	Eki Setiawan		

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung 2022

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung mengalami penurunan jumlah pelaku usaha yang diakibatkan oleh beberapa faktor antara lain permodalan, pemasaran, persaingan, bahan baku, keahlian teknik industri, dan kurang keahlian dalam pengolahan. Hasil wawancara terhadap pelaku usaha di sentra tas kebon lega, mengatakan bahwa pemerintah kurang peduli mengenai kebijakan harga bahan baku. Sehingga mahal nya harga bahan baku yang

diatur oleh pasar, membuat para pelaku usaha membutuhkan modal lebih untuk memenuhi produksi tas pesanan pelanggan. Dan produk yang dihasilkan tidak bisa dijual dengan layak karena harga bahan baku yang mahal. Hal ini menjadi masalah bagi para pelaku usaha di Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung.

Dari hasil wawancara lainnya kepada beberapa pengusaha tas di Sentra Industri Tas Kebon Lega, mereka cenderung jarang mengamati pesaingnya dan jarang mengikuti perkembangan pasar. Hal ini mengakibatkan banyak keunggulan perusahaan lain yang tidak dimiliki di Sentra Industri Tas ini seperti strategi dalam meningkatkan keinovatifan maupun inovasi dari produk di sentra tas tersebut, produknya kebanyakan sama dengan yang lainnya dan jarang mengeluarkan produk baru sehingga tidak mempunyai keoriginalitas tersendiri. Apabila tidak ada pembaharuan strategi, maka bisnis ini bisa saja tidak dapat mengoptimalkan profit dan tidak dapat bertahan dipasaran.

Menurut Suryana (2017;22) “kewirausahaan dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti, jiwa, watak, sikap dan perilaku seseorang”.

Selain itu, Lokasi usaha juga menjadi salah satu faktor yang menjadi alasan beberapa pelaku usaha sentra tas kebon lega sulit untuk mengembangkan usaha yang mereka miliki, beberapa pelaku usaha sentra tas kebon lega beranggapan lokasi usaha mereka mudah dijangkau tetapi berada di sebuah komplek perumahan dan berdekatan dengan pesaing sejenis, sehingga mereka mengaku penjualannya belum sesuai dengan ekspektasi mereka.

Menurut Sunyoto (2015) dalam Darwin Lie (2021:34) “Lokasi yang strategis dimana banyak calon pembeli, dalam dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, mudah dilihat konsumen dan lokasi yang banyak dilalui dan dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual”.

Menurut Hunjra (2011) dalam Aji, Mulyadi, & Widjajanta (2018:118), mengatakan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti sumber daya keuangan, strategi pemasaran, sumber daya teknologi, dukungan pemerintah, kemudahan mengakses informasi, perencanaan bisnis, dan keterampilan wirausaha”.

Untuk mengetahui Jiwa Kewirausahaan yang dimiliki oleh seorang wirausaha di Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung, berikut ini hasil survey awal dengan penyebaran kuesioner pemilik usaha industri Tas Kebon Lega Kota Bandung sebagai berikut:

Tabel 1.5
Survei Awal Jiwa Kewirausahaan

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda selalu optimis dalam melakukan kegiatan usaha anda?(Percaya diri)	20 66,7%	10 33,3%
Apakah anda selalu bekerja keras terhadap usaha yang dikerjakan?(Berorientasi tugas dan hasil)	16 53,3%	14 46,7%
Apakah anda berhasil memimpin para karyawan dalam usaha yang dikerjakan?(Kepemimpinan)	23 76,7%	7 23,3%
Apakah anda memikirkan untuk menciptakan produk yang berbeda di masa depan?(Berorientasi ke masa depan)	18 60%	12 40%
Apakah anda memikirkan menggunakan cara-cara baru dalam usaha anda?(Keorisinilan)	13 43,3%	17 56,7%

Sumber: Kuesioner Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung 2022

Berdasarkan survey awal di tabel 1.5 tanggapan 30 responden dapat di peroleh bahwa 56,7% menjawab “Tidak” pada pelaku usaha Sentra Tas Kebon Lega Kota Bandung, mengenai tidak memikirkan untuk menggunakan cara-cara baru dalam usahanya. Dan berdasarkan hasil wawancara peneliti, para pelaku usaha mengatakan bahwa mereka masih ragu untuk menggunakan cara-cara baru karena membutuhkan kemampuan/keahlian dan modal.

Selain dari variabel jiwa kewirausahaan terdapat variabel lain yang mempengaruhi keberhasilan usaha yaitu mengenai lokasi usaha. Maka dari itu penulis melakukan survei penelitian dari variabel Lokasi Usaha di sentra Tas Kebon Lega Kota Bandung kepada 30 responden sebagai berikut:

Tabel 1.6
Survei Awal Lokasi Usaha

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah usaha yang anda kerjakan bertempat di rumah?(Bertempat dirumah)	24 80%	6 20%
Apakah tempat usaha anda mudah dijangkau oleh konsumen?(Akses)	17 56,7%	13 43,3%
Apakah lokasi usaha yang anda kerjakan dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan?(Visibilitas)	22 73,3	8 26,7%
Apakah tempat usaha anda banyak orang yang berlalu lalang?(Lalu lintas)	23 76,7%	7 23,3%
Apakah usaha anda memiliki tempat parkir yang luas?(Tempat parkir)	10 33,3%	20 66,7%
Apakah anda mempertimbangkan lokasi usaha anda dengan melihat banyaknya para pesaing usaha yang sejenis?(Persaingan)	7 23,3%	23 76,7%
Apakah lokasi usaha anda dekat dengan pasar?(Letak pasar)	16 53,3%	14 46,7%

Sumber: Kuesioner Sentra Tas Kebon Lega Kota Bandung 2022

Berdasarkan hasil survey awal yaitu hasil dari tanggapan 30 responden di Sentra Tas Kebon Lega Kota Bandung sebanyak 66,7% menjawab “Tidak” dari para pelaku usaha mengatakan bahwa tidak memiliki tempat parkir yang luas. Hasil wawancara pada pelaku usaha mengatakan bahwa usaha mereka berada disebuah komplek dan bergang yang menjadi masalah untuk meperluas area parkir. Selain itu terdpat permasalahan lain dengan persentase 76,7% mengatakan “Tidak” mengenai tidak mempertimbangkan lokasi usahanya terhadap pelaku usaha yang sejenis. Maka dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha cenderung jarang mengamati para pesaingnya dan jarang mengikuti pasar sehingga sulit untuk mencapai target penjualan dalam mencapai keberhasilan usaha.

Selain dari jiwa kewirausahaan dan lokasi usaha, keberhasilan usaha sangat penting untuk di teliti. Menurut Henry Faizal Noor (2007:397), mengemukakan bahwa “Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis”. Penulis menyimpulkan bahwa sebuah usaha di katakan berhasil apabila usahanya semakin berkembang dan menghasilkan keuntungan tinggi. Dengan demikian penulis melakukan penelitian mengenai keberhasilan usaha pada Sentra Tas Kebon Lega Kota Bandung dengan tabel di bawah ini:

Tabel 1.7
Survei Awal Keberhasilan Usaha

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda memikirkan modal dalam usaha yang dikerjakan?(Modal)	27 90%	3 10%
Apakah usaha yang anda lakukan selalu mengalami keuntungan dalam penjualan?(Pendapatan)	11 36,7%	19 63,3%
Apakah usaha yang anda lakukan selalu mengalami peningkatan penjualan?(Volume penjualan)	12 40%	18 60%
Apakah usaha anda memproduksi setiap harinya?(Output produksi)	17 56,7%	13 43,3%
Apakah usaha anda memperkejakan tenaga kerja yang kompeten?(Tenaga kerja)	22 73,3%	8 26,7%

Sumber: Kuesioner Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung 2022

Berdasarkan survey awal pada tabel 1.7 dari 30 responden terdapat 63,3% menjawab “Tidak” yaitu sebagian besar pelaku usaha merasa tidak mengalami keuntungan dari penjualan produk mereka. Berdasarkan hasil wawancara pada pelaku usaha mengatakan bahwa produk yang dijual tidak mencapai target penjualan. Selain itu terdapat permasalahan lain persentase 60% menjawab “tidak” dari para pelaku usaha yaitu tidak mengalami peningkatan penjualan dari yang sudah ditargetkan. berdasarkan hasil wawancara pada pelaku usaha bahwa produk dijual kebanyakan pesanan dari pelanggan tetap. Peneliti menyimpulkan bahwa para pelaku usaha kurang dalam menjalin kerjasama terhadap pihak lain dan strategi pemasaran yang belum optimal untuk mencapai keberhasilan usahanya

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan menyebarkan kuisioner awal kepada 30 responden didapatkan permasalahan yang terjadi di Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAN DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA SENTRA INDUSTRI TAS KEBON LEGA KOTA BANDUNG”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di tulis, peneliti memberikan identifikasi masalah yang akan di jadikan bahan penelitian sebagai berikut:

1. Mahalnya bahan baku yang diatur oleh pasar membuat para pelaku usaha tidak biasa menjual produk dengan harga yang layak.
2. Sebagian besar para pelaku usaha tidak memikirkan untuk menggunakan cara-cara baru dalam usahanya
3. Sebagian besar para pelaku usaha mengatakan bahwa tidak memiliki tempat parkir yang luas terhadap lokasi usahanya.
4. Sebagian besar pelaku usaha mengenai tidak mempertimbangkan lokasi usahanya terhadap pelaku usaha yang sejenis yang mengakibatkan persaingan yang ketat.
5. Sebagian besar pelaku usaha merasa tidak mengalami keuntungan dari penjualan produknya.
6. Sebagian besar para pelaku usaha tidak mengalami peningkatan penjualan dari yang sudah ditargetkan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian di atas, maka akan di teliti masalah Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha. Dengan demikian dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden tentang Jiwa Kewirausahaan pada Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden tentang Lokasi Usaha pada Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung
3. Bagaimana tanggapan responden tentang Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung secara simultan dan parsial.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud di lakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data, informasi, dan suatu gambaran mengenai Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung. Serta peneliti dapat menerapkan ilmu yang didapat selama melakukan penelitian ini.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Jiwa Kewirausahaan pada Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Lokasi Usaha pada Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung
3. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Keberhasilan Usaha pada pada Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung
4. Untuk mengetahui Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung secara simultan dan parsial.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini yang diwajibkan kepada setiap siswa/i akan memberikan manfaat bagi:

1.4.1 Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberi masukan dan pertimbangan dalam meningkatkan Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha sehingga dapat mencapai Keberhasilan suatu usaha. Selain itu juga dapat dijadikan landasan bagi penulis untuk memberikan sumbangan saran dan masukan di dalam melaksanakan usaha dan manajemen dalam kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

b. Bagi Pihak Terkait

Sebagai sumber informasi yang dapat bermanfaat dan mengetahui tentang pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha terhadap Terhadap Keberhasilan Usaha.

c. Bagi Pihak Lain

Dengan hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi perusahaan yang bergerak di bidang yang sama.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan bagi penulis mengenai kegiatan bisnis Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha, serta sebagai bahan pembandingan antar teori yang didapat dalam bangku kuliah dengan pelaksanaan dilapangan.

2. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Menambah wawasan keilmuan dibidang manajemen terutama mengenai bisnis pengaruhnya Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha bagi pembaca.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi yang berguna dalam melaksanakan penelitian maupun studi lebih lanjut serta bahan rujukan dalam melihat keadaan perusahaan secara benar dan objektif.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti maka peneliti mengadakan penelitian pada Sentra Industri Tas yang bertempat di Jl. Leuwi Panjang, Komplek Leuwi Sari, Kelurahan Kebon Lega, Kecamatan Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat.

1.5.2 Waktu Penelitian

Rencana dan waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini selama 6 (enam) bulan dari mulai bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Agustus 2022.

No	Uraian	Waktu Kegiatan																											
		Maret				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	2	3	4
1.	Pengajuan Surat Penelitian				■																								
2.	Mencari Data					■	■																						
3.	Melakukan Penelitian							■	■																				
4.	Membuat Proposal									■	■	■	■																
5.	Seminar													■	■														
6.	Revisi																	■	■	■	■								
7.	Penelitian Lapangan																	■	■	■	■								
8.	Bimbingan					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■												
9.	Sidang																									■	■		