BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia memiliki jumlah penduduk yang sangat besar dan menyimpan banyak potensi, salah satunya pada bidang industri dan perdagangan. Sebagian besar penduduk menggantungkan hidupnya pada dunia Usaha Kecil dan Menengah **(beritaazam.com)**. Usaha Mikro, Kecil Menengah atau sering disebut dengan UMKM, menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat **(pendekarinternetmarketing.com).**

Keberadaan UMKM di Indonesia menjadi sebuah kekuatan sekaligus sebagai motivasi dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, karena pada saat krisis moneter tahun 1998, UMKM tetap bertahan dan mampu memberikan kontribusi yang relatif besar terhadap *Product Domestic Bruto (PDB)*. Pada tahun 2001 misalnya, kontribusi UMKM mencapai 59,3% **(Alila Pramiyanti, 2013)**. Selain itu UMKM mampu menyerap tenaga kerja, sehingga pada saat itu tingkat pengangguran berkurang, lain halnya dengan perusahaan-perusahaan besar mengalami kondisi pailit dan kebanyakan terancam gulung tikar.

Awal bermulanya perdagangan bebas di negara kawasan ASEAN, atau disebut juga Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015 membuat usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) harus segera bersiap untuk bersaing **(Agus Raharjo, 2014)**, karena kemungkinan besar pasar domestik akan diambil alih oleh pasar internasional, sehingga dalam melakukan peningkatan daya saing industri lokal, perlu ada kerjasama inter-sektoral, baik antara pemerintah pusat dan daerah serta harus didukung oleh sejumlah pihak terkait, seperti Kadin dan Hipmi **(Mari Elka Pangestu, 2011)**. Karena tidak bisa dipungkiri, masyarakat lokal khususnya para pelaku industri 70% masih memiliki ketergantungan dengan bahan baku impor **(MS Hidayat, 2013)**. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat impor bahan baku industri pada periode Januari-Februari 2013 sebesar US$ 23,65 miliar, naik 11,68% dibanding periode yang sama tahun lalu sebesar US$ 21,18 miliar. Kenaikan tersebut seiring peningkatan kebutuhan industri dalam negeri terhadap bahan baku impor tahun tersebut, namun untuk mengurangi tingkat ketergantungan bahan impor, pemerintah akan memperbaiki struktur industri, salah satunya dengan memperkuat sektor hulu.

Kota Bandung sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat dikenal dengan peran dan fungsinya sebagai pusat pemerintahan, kota pendidikan, kota industri kreatif, kota pelayanan jasa/perdagangan, kota tujuan wisata, dan kota budaya. Maka, tidak mengherankan apabila perkembangan dan perubahan kota yang telah menginjak umurnya yang ke-204 tahun ini pun sangat pesat. Untuk diketahui, kota dengan luas 167,67 km^2 ini berpenduduk 2.457.686 jiwa **(BPS, 2010)** memiliki potensi perekonomian luar biasa. Bandung memiliki potensi industri dan

perdagangan yang cukup potensial untuk ditumbuhkembangkan agar lebih optimal sebagai sumber kesejahteraan rakyat, Tidak hanya itu, potensi industri kreatif (UMKM) di bandung pun menjadi salah satu core bisnis Kota Bandung, sehingga membuat ekonomi tumbuh berkembang dan memberikan kontribusi terhadap lapangan pekerjaan, terhadap pendapatan perkapita dan peningkatan Pendapatan Asli Daerah **(Edi Siswadi, 2012).**

Jenis industri kreatif yang sedang menjadi fokus pada penelitian ini adalah usaha yang di didirikan oleh perorangan ataupun badan dan berlokasi pada daerah tertentu, yang kemudian disebut dengan sentra industri. Sentra industri merupakan kumpulan para pelaku usaha yang berada pada satu wilayah tertentu, seperti wilayah RW, kelurahan atau bahkan kecamatan yang terdiri dari sejumlah unit usaha yang berfokus pada produk yang homogen. Terdapat 30 sentra industri yang terdaftar di Dinas Koperasi, UKM dan Disperindag Kota Bandung yang bergerak pada bidang yang berbeda-beda dengan skala usaha mikro dan kecil. Namun dalam perkembangannya fluktuatif dari tahun ke tahun **(Thobroni, 2015).**

Kemudian dari ke 30 sentra industri yang ada di wilayah Kota Bandung, tujuh diantaranya menjadi fokus untuk lebih dioptimalkan dan dilakukan revitalisasi kembali oleh Pemkot Bandung pada tahun 2013 yang lalu, pasalnya telah masuk era liberalisasi perdagangan yang ditandai dengan maraknya produk impor sebagai intervensi komoditas produk asing yang masuk bebas tanpa terbendung lagi sehingga cenderung mengubah pola ekonomi dari industri ke perdagangan, sehingga dibutuhkan akselerasi pengembangan usaha yang berdaya

saing tinggi dan serangkaian langkah strategis untuk tetap memperkuat prioritas kebutuhan dalam menggerakan sektor riil, salah satunya adalah mengoptimalisasi tujuh kawasan perindustrian dan perdagangan yang berada di Kota Bandung **(sentraindustribandung.com).**

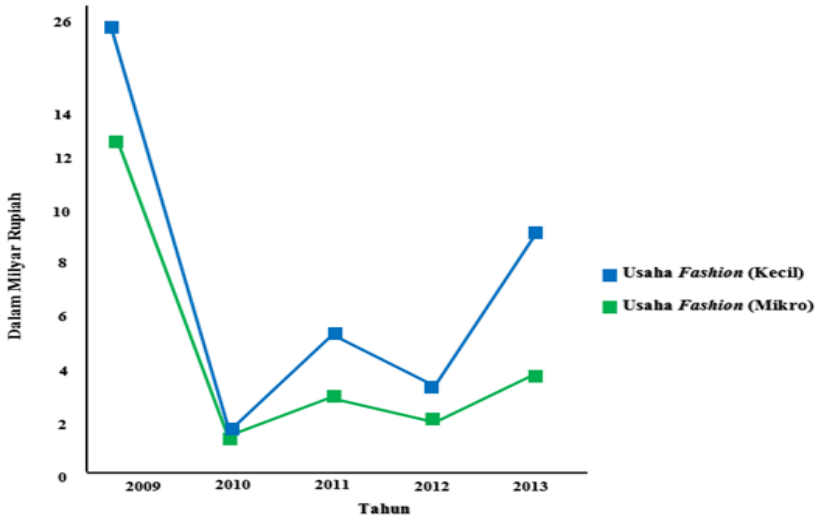
Tabel 1.1
Daftar Sentra Industri Yang Direvitalisasi Pemkot Bandung Pada Tahun 2013

NO	NAMA SENTRA INDUSTRI	ALAMAT	UNIT USAHA	OMZET Per TAHUN	KAPASITAS PRODUKSI	TENAGA KERJA
1	Jeans Cihampelas	Jl. Cihampelas-Coblong	59	227.550.000	-	352
2	Produk Textile Cigondewah	Jl. Cigondewah-Bandung Kulon	313	401.650.000	483.000 Lsn	567
3	Rajut Binong Jati	Jl. Binong Jati-Batununggal	293	31.366.000.000	852.200 Lsn	2143
4	Sepatu Cibaduyut	Jl. Raya Cibaduyut-Bojongloa	577	19.000.000.000	3.114.022 Pc	3008
5	Sablon Kaos Suci	Jl. Surapati-PPH Mustofa-Cibeunying Kidul	409*)	115.403.000.000	177.300 Lsn	2721
6	Tahu Cibuntu	Jl. Babakan Ciparai-Bandung Kulon	408	13.472.000.000	2.160.000 Pc	1518
7	Boneka Sukamulya	Jl. Sukamulya-Sukajadi	17	2.691.000.000	768.940 Pc	212

Keterangan:
*) Jumlah unit usaha tahun 2015 sebanyak 153 unit
Sumber: sentraindustribandung.com

Tidak hanya persaingan global yang mengancam perindustrian dan perdagangan di Bandung melainkan terdapat beberapa masalah umum yang dimiliki oleh para pelaku bisnis, khususnya pada unit usaha yang tergabung dalam sentra industri, diantaranya adalah harga bahan baku yang relatif tinggi, produk belum terstandarisasi, daya tarik menjadi buruh menurun karena upah rendah, dan infrastuktur yang belum memadai seperti lahan parkir, drainase dan trotoar **(Ema Sumarna, 2012).**

Peneliti tertarik melakukan penelitian pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci karena berfokus pada *fashion* disamping itu segmentasi pasarnya juga mencakup semua kalangan. Namun seiring dengan berkembangnya zaman dan *life style* serta pola konsumsi masyarakat yang tinggi, perkembangan sentra industri ini tidak stabil, mengingat penjualannya yang tidak tetap dan cenderung pada waktu-waktu tertentu, seperti masa kampanye, awal semester dan tahun ajaran baru. Disamping itu, terdapat banyak sekali pesaing sehingga para pelaku bisnis pada sentra industri ini harus bekerja keras untuk *survive.* Persaigan yang sangat kompetitif tidak hanya di kalangan usaha yang terdapat di Kota Bandung, tetapi dengan perusahaan *fashion* yang berada dari luar daerah Bandung, bahkan luar negeri. Tidak hanya itu, kondisi perkembangan unit usaha yang berfokus pada *fashion* juga mengalami kondisi fluktuatif, perkembangan ini dilihat dari jumlah omzet yang dijelaskan pada grafik dibawah ini.



Sumber: Data Koperasi, UKM dan Disperindag Kota Bandung (diolah)

Gambar 1.1

Grafik Perkembangan Omzet Usaha *fashion* dari tahun 2009-2013 di Kota Bandung

Berdasarkan grafik diatas, bahwa omzet tahunan usaha *fashion* di Kota Bandung mengalami kondisi fluktuatif, yaitu pada tahun 2009 jumlah omzet usaha mencapai Rp 12,7 M untuk usaha mikro dan Rp 25,4M untuk usaha kecil, namun pada tahun 2010 mengalami penurunan sangat drastis, yaitu berada pada kurang dari 5 M pertahunnya, meningkat kembali pada tahun 2011, lalu mengalami penurunan lagi pada tahun 2012 mencapai angka dibawah 6 M, dan kemudian mengalami kenaikan kembali pada 2013 mencapai 8 M. Setelah meninjau data diatas, kemudian penulis melakukan peninjauan ulang ke lapangan dengan meminta beberapa pendapat terhadap kinerja usaha pada Sentra Kaos dan Sablon Suci yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Survey Awal Variabel Kinerja Perusahaan (Z)

Pernyataan	Jawaban Responden					
	Baik		Sedang		Buruk	
	F	%	F	%	F	%
1. Kecakapan *(skill)* karyawan memenuhi kualifikasi perusahaan	2	10%	15	75%	3	15%
2. Kondisi omzet penjualan dan penerimaan *(revenue)*	-	0%	3	15%	17	85%
3. Ketersediaan bahan baku yang diinginkan	5	25%	7	35%	8	40%

Sumber: Survey awal tahun 2015 (diolah)

Berdasarkan tabel diatas dijelaskan bahwa menurut responden kondisi kecakapan yang dimiliki karyawan yang ahli pada bidang konveksi dan sablon adalah sedang/cukup baik, yaitu menurut 15 responden (75%), dan sisanya memilih baik sebanyak 10 responden (10%) dan sebanyak 3 (15%) responden menilai kinerja *skill* karyawannya buruk. Artinya untuk saat ini tenaga kerja yang bekerja cukup baik/sedang. Kemudian untuk kondisi *omzet* dan penerimaan

(revenue) yang diterima oleh perusahaan buruk, yaitu menurut 17 responden (85%), dan sisanya menjawab sedang yaitu sebanyak 3 responden (15%). Artinya kondisi penerimaan *(revenue)* buruk. Selanjutnya untuk kondisi persediaan bahan baku utama yang diinginkan/diharapkan responden pada umumnya buruk menurut pendapat 8 responden (40%), sedangkan menurut 7 (35%) responden cukup baik dan sisanya sebanyak 5 responden (25%) menilai baik. Artinya kualitas dan stock bahan baku yang diharapkan oleh produsen kaos/ konveksi susah didapat.

Salah satu tantangan dalam berbisnis adalah bermunculannya pesaing dalam bisnis serupa **(usahakreativ.blogspot.com).** Sebagai contoh hadirnya produk *H&M* dan *Lacoste* di PVJ pada akhir-akhir ini dan masih banyak lagi produk asing yang menyebar di kancah perdangan di Bandung. Persaingan dalam bisnis akan selalu ada dan tak bisa dihindari **(Ali Bagus, 2012)**. Maka daripada itu perusahaan harus dapat memenangkan persaingan bisnis, dan dapat cepat beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang ada di lingkungan bisnis dan dapat mengambil keputusan dengan tepat. Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk mengatasi dan memanfaatkan peluang bisnis adalah dengan meningkatkan daya saing **(Jessika dan Devi, 2013)**. Daya saing perusahaan dapat menentukan keunggulan bersaing, maka daripada itu diperlukan daya saing yang bagus dan dapat memberikan kontribusi terhadap produktivitas yang berkelanjutan **(Thailand Competitiveness Initiative of Thailand diakses pada www.kiasia.com)**.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, kemudian penulis melakukan peninjauan kembali ke 20 responden dan memperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1.3
Survey Awal Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Pernyataan	Jawaban Responden					
	Baik		Sedang		Buruk	
	F	%	F	%	F	%
1. Tingkat pengalokasian biaya untuk peningkatan kualitas	3	15%	5	25%	12	60%
2. Tingkat melek teknologi	1	5%	8	40%	11	55%
3. Kualitas pelayanan terhadap konsumen	4	20%	14	70%	2	10%

Sumber: Survey awal tahun 2015 (diolah)

Berdasarkan tabel diatas, responden sebanyak 12 orang (60%) menyatakan tingkat pengalokasian biaya untuk peningkatan kualitas produk adalah buruk, sedangkan sisanya 5 orang (25%) menjawab sedang dan 3 orang (15%) menjawab baik. Artinya kondisi pengalokasian biaya untuk peningkatan kualitas produk sangat buruk, hal demikian karena keterbatasan modal yang dimiliki oleh setiap perusahaan di Sentra Kaos Suci. Selanjutnya penilaian tentang penggunaan teknologi IT sebagai media promosi sangat kurang, yaitu berdassarkan jawaban responden sebanyak 11 orang (55%), sisanya 8 orang (40%) menjawab sedang dan 1 responden (5%) menjawab baik. Artinya tingkat melek dan penggunaan teknologi IT sebagai media promosi di Sentra Industri Kaos Suci buruk. Sedangkan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen, sebanyak 14 responden (70) menilai sedang, dan 4 orang (20%) menjawab baik dan sisanya 2 responden (10%) menilai buruk. Artinya sejauh ini tingkat pelayanan yang diberikan cukup baik/ sedang.

Selain kuatnya persaingan bisnis dan kinerja usaha yang menurun maka diperlukan strategi-strategi bisnis untuk memulihkan kinerja bisnis pada usaha-usaha yang terdapat di Sentra Industri Kaos Suci. Menurut **Reswanda (2011)** kinerja perusahaan merupakan prestasi/ keberhasilan perusahaan dalam mengoperasikan sumber dayanya yang ada di perusahaan, mencakup kinerja SDM, operasi, keuangan dan pemasaran. Untuk meningkatkan kekurangan sumber daya yang dimiliki perusahaan dan menciptakan daya saing usaha maka diperlukan kerjasama dengan pihak penyedia sumber daya tersebut, yaitu dengan melakukan aliansi strategis **(Jessika dan Devi, 2013)**.

Aliansi strategis merupakan strategi bisnis untuk menggabungkan sumber daya antar perusahaan yang beraliansi, sehingga saling melengkapi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan dari aliansi. Kendala-kendala yang dihadapi oleh perusahaan yang tergabung pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci dapat diminimalisasi dengan melakukan kerja sama, seperti kerjasama dengan penyedia jasa iklan untuk meningkatkan promosi, dan pihak-pihak lainnya. Hubungan aliansi strategis yang dijalin oleh perusahaan juga dapat memelihara keharmonisan antar *stakeholder* maupun *shareholder,* sehingga terjalin komunikasi yang baik. Disamping itu strategi aliansi dapat meredakan masalah-masalah/ konflik yang terjadi akibat kurangnya komunikasi antar *stakeholder* dan bisa mengoptimalkan perusahaan dengan menggunakan sumber daya secara bersama untuk mencapai tujuan aliansi.

Berikut ini penilaian responden terhadap proses aliansi yang dipraktekan di Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci:

Tabel 1.4
Survey Awal Variabel Aliansi Strategis (X_1)

Pernyataan	Jawaban Responden					
	Baik		Sedang		Buruk	
	F	%	F	%	F	%
1. Pengendalian risiko dalam beraliansi	10	50%	8	40%	2	10%
2. Tingkat efisiensi	13	65%	6	30%	1	5%

Sumber: Survey awal tahun 2015 (diolah)

Berdasarkan tabel diatas bahwa penilaian responden terhadap pengendalian risiko yang diperoleh dalam proses aliansi adalah baik, yaitu sebanyak 10 orang (20%) menjawab baik, dan 8 orang (40%) menjawab sedang dan sisanya 2 responden (10%) menjawab buruk. Artinya pengendalian risiko dalam beralainsi baik. Sedangkan penilaian terhadap efisiensi sebanyak 13 responden (65%) menjawab baik, 6 orang (30%) menjawab sedang dan sisanya 1 orang (5%) menjawab buruk. Artinya efisiensi yang diperoleh pasca beraliansi sangat baik. Dengan begitu penilaian yang baik terhadap variabel aliansi strategis ini dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan keunggulan dan kinerja usaha yang mengalami penurunan.

Setelah melakukan aliansi strategis, maka diharapkan perusahaan menerima manfaatnya, seperti adanya transfer pengetahuan kepada para pelaku organisasi, termasuk karyawan sebagai manajemen lini yang langsung berhubungan dengan operasional perusahaan. Disamping itu, terciptanya pembelajaran organisasi yang dapat meningkatkan kinerja karyawan. Pembelajaran organisasi yang tercipta dari proses aliansi diupayakan dapat menambah kompetensi dan kapabilitas karyawan sehingga menciptakan

perusahaan yang memiliki daya saing dan memiliki kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan.

Berikut ini penilaian responden terhadap proses pembelajaran organisasi pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci:

Tabel 1.5
Survey Awal Variabel Pembelajaran Organisasi (X_1)

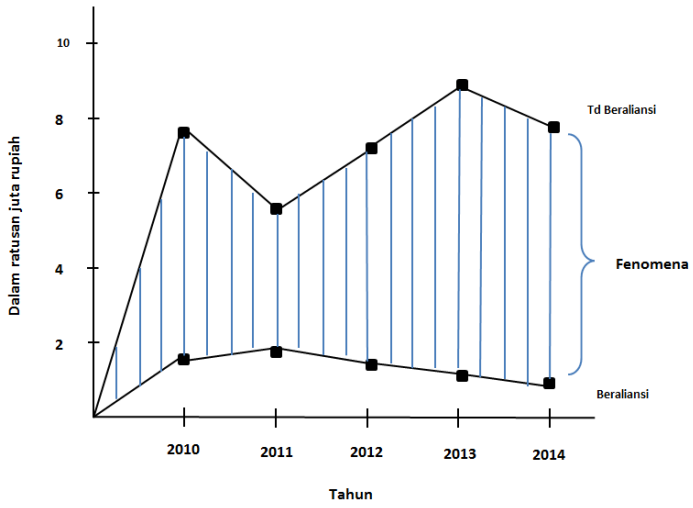
Pernyataan	Jawaban Responden					
	Baik		Sedang		Buruk	
	F	%	F	%	F	%
1. Pemberian pelatihan kerja	8	40%	10	50%	2	10%
2. Keingintahuan karyawan	5	25%	9	45%	6	30%

Sumber: Survey awal tahun 2015 (diolah)

Berdassarkan data diatas sebanyak 10 responden (50%) memberikan penilaian terhadap pemberian pelatihan kerja kepada karyawan adalah baik, 8 orang (40%) menjawan baik dan sisanya 2 orang (10%) menjawab buruk. Artinya sejauh ini pemberian pelatihan kerja pada sentra kaos suci cukup baik. Sedangkan sebanyak 9 orang responden (45%) memberikan penilaian cukup baik terhadap rasa keingintahuan karyawan, 6 orang (30%) menjawab buruk dan 5 orang (25%) menjawab baik. Artinya keingintahuan karyawan terhadap pengetahuan yang baru cukup baik. Dengan demikian pihak pengelola direkomendasikan untuk meningkatkan proses pembelajaran di organisasi supaya dapat meningkatkan kinerja dan daya saing usaha.

Pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci ditemukan pula kesenjangan yang ditandai dengan terjadinya perbedaan perkembangan usaha yang negatif antara perusahaan yang melakukan strategi aliansi dengan instansi ataupun usaha

penyedia sumber daya, dengan perusahaan yang tidak melakukan strategi aliansi, dilihat dari perkembangan *omzet* penjualannya. Hal ini juga tidak sesuai dengan penelitian **Jessika dan Devi (2013)** dan pemikiran **Anand (2000)**, dan **Baum (2000)** yang menyatakan bahwa perusahaan atau usaha yang melakukan aliansi strategis dapat mempengaruhi kinerja usaha, terutama profit **(J. Hagedoom and J. Schake, 1994)**. Hal tersebut berdasarkan pra-survei yang dilakukan penulis pada usaha yang berada pada lingkungan sentra industri kaos dan sablon suci, dengan sampel sebanyak 20 usaha disertai pengambilan informasi omzet setiap usaha.



Sumber: Data Hasil Survei Awal Penelitian (Diolah)

Gambar 1.2

Grafik Perkembangan Omzet Usaha yang Melakukan Aliansi dan Non Aliansi Pada Tahun 2010-2014 pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci Kota Bandung

Berdasarkan grafik omzet diatas, terjadi sebuah kesenjangan antar perusahaan yang melakukan aliansi dan non-aliansi, sehingga kejadian tersebut dijadikan sebagai fenomena tambahan dari fenomena utama yang telah penulis

jelaskan. Selanjutnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada unit usaha yang tergabung dalam Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci Kota Bandung dengan harapan dapat memberikan kontribusi bagi para pelaku bisnis mikro ataupun menengah sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha dan mambu berkompetisi dengan para pesaing dengan judul **"Pengaruh Aliansi Strategis dan Pembelajaran Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing dan Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci Kota Bandung).**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat disimpulkan terjadi beberapa masalah di Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci diantaranya sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan kinerja usaha, ditandai dengan menurunnya omzet penjualan dan penerimaan *(revenue)* sehingga perkembangannya tidak stabil **(Thobroni, 2015)**
2. Persaingan yang sangat kompetitif **(Agus Raharjo, 2014)**
3. Tingkat melek teknologi/IT dalam menunjang proses promosi sangat kurang **(Dede Yusuf, 2012)**

4. Harga bahan baku yang relatif tinggi, produk belum terstandarisasi, daya tarik menjadi buruh menurun karena upah rendah, dan infrastuktur yang belum memadai **(Ema Sumarna, 2012)**

5. Terjadi kesenjangan *(gap)* antara omzet usaha yang melakukan aliansi dan non-aliansi, yaitu omzet yang dimiliki usaha yang melakukan aliansi lebih rendah daripada usaha yang tidak melakukan hubungan aliansi. Hal demikian tidak sesuai dengan penelitian **Jessika dan Devi (2013)**, **Anand (2000)**, dan **Baum (2000)** yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan aliansi strategis dapat mempengaruhi kinerja usaha, terutama pada tingkat profitabilitas **(J. Hagedoom and J. Schake, 1994)**.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan responden tentang aliansi strategis pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
2. Bagaimana tanggapan responden tentang pembelajaran organisasi pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
3. Bagaimana tanggapan responden tentang keunggulan bersaing pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
4. Bagaimana tanggapan responden tentang kinerja perusahaan pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
5. Apakah terdapat pengaruh aliansi strategis terhadap Pembelajaran Organisasi pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci

6. Apakah terdapat pengaruh aliansi strategis terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
7. Apakah terdapat pengaruh pembelajaran organisasi terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
8. Apakah terdapat pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
9. Apakah terdapat pengaruh aliansi strategis terhadap kinerja perusahaan pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
10. Apakah terdapat pengaruh pembelajaran organisasi terhadap kinerja perusahaan pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh data yang mendukung penelitian dalam mengetahui seberapa jauh pengaruh aliansi stratejik dan pembelajaran organisasi terhadap keunggulan bersaing dan implikasinya pada kinerja perusahaan pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tanggapan responden tentang aliansi stratejik pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
2. Mengetahui tanggapan responden tentang pembelajaran organisasi pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci

3. Mengetahui tanggapan responden tentang keunggulan bersaing pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
4. Mengetahui tanggapan responden tentang kinerja perusahaan pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
5. Mengetahui pengaruh aliansi strategis terhadap pembelajaran organisasi pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
6. Mengetahui pengaruh aliansi strategis terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
7. Mengetahui pengaruh pembelajaran organisasi terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
8. Mengetahui pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
9. Mengetahui pengaruh aliansi strategis terhadap kinerja perusahaan pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci
10. Mengetahui pengaruh pembelajaran organisasi terhadap kinerja perusahaan pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, diharapkan bisa memberikan kontribusi terhadap perkembangan UMKM, pada khususnya perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci di Kota

Bandung, berupa ide ataupun solusi dalam memperoleh keunggulan bersaing serta dapat memperbaiki kinerja perusahaan dalam menghadapi kondisi ekonomi yang tidak menentu dan persaingan global.

1.4.2 Kegunaan Akademis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini sangat bermanfaat bagi penulis untuk terus meningkatkan potensi, kapasitas diri, memperbanyak pengalaman dan memperluas ilmu pengetahuan.

b. Bagi Peneliti yang Lain

Diharapkan penelitian ini bisa membantu dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi rujukan untuk penelitian-penelitian yang lebih baik lagi pada masa yang akan datang.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilaksanakan pada Sentra Industri Kaos dan Sablon Suci di sepanjang jl. Surapati sampai dengan jl. PPH Musthofa Kec. Cibeunying Kidul Kota Bandung yang terdaftar di Dinas Koperasi, UKM dan Perindag Pemerintah Kota Bandung

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2015 sampai dengan bulan Juli 2015, adapun jadwal penelitian penulis sampai dengan pembuatan proposal dan sidang akhir adalah sebagai berikut:

Tabel 1.6

Waktu Pelaksanaan Penelitian Tahun Akademik 2014/2015

Tahap	Prosedur	Bulan						
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Ags
I	**Tahap Persiapan:**							
	1.Sosialisasi Skripsi	■						
	2.Melakukan Survey Awal	■	■	■				
II	**Tahap Pelaksaan UP:**							
	1. Pembuatan Proposal UP	■	■	■				
	2.Melakukan Bimbingan	■	■	■				
	3. Seminar			■				
	4. Revisi			■				
III	**Tahap Pelaksaan Skripsi:**							
	1.Penelitian Lapangan				■			
	2.Melakukan penyempurnaan Proposal				■	■	■	
	3.Melakukan Bimbingan				■	■	■	
	5.Sidang akhir skripsi						■	■
	6. Revisi dan pengumpulan draft skripsi							■

Sumber: Jadwal Penelitian Tahun Akademik 2014/2015 (Diolah)