BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perubahan lingkungan yang tercermin dalam globalisasi pasar, perekembangan teknologi yang nyata dan mempengaruhi kemampuan suatu perusahaan untuk bersaing bukan hanya untuk mempertahankan diri. Perubahan ini juga ditandai dengan semakin banyaknya pihak yang beralih ke dunia usaha dengan alasan semakin sedikitnya lapangan kerja akibat transformasi teknologi. Dari waktu ke waktu sektor usaha terutama Usaha Kecil Menengah (UKM) juga mengalami perubahan dan perkembangan.

Usaha Kecil Menengah UKM merupakan salah satu pendorong yang signifikan pada pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di dunia terutama di negara-negara maju. Negara-negara yang sering dikenal dengan sebutan *Newly Industrializing Countries* (NICs) seperti Korea Selatan, Singapura, dan Taiwan adalah contoh dari negara yang memiliki laju pertumbuhan PDB yang tinggi karena kinerja UKM mereka yang sangat efisien, produktif, dan memiliki tingkat daya saing global yang tinggi. Begitu pula di Indonesia, UKM telah mendapatkan perhatian lebih karena pertumbuhannya yang semakin pesat dan merupakan salah satu pelaku ekonomi yang memiliki peran, kedudukan serta potensi yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi baik secara regional maupun nasional. Selain itu, daya tahan terhadap krisis telah

membuktikan Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai penyelamat bangsa Indonesia dari krisis moneter yang berkepanjangan.

Perkembangan usaha kecil di Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah UKM di Indonesia Tahun 2004-2010

Tahun	Jumlah UKM	Pertumbuhan	Persentase
2004	38.725.960	812.352	2.10%
2005	38.906.774	180.814	0.46%
2006	40.766.742	1.859.968	4.56%
2007	42.390.749	1.624.007	3.83%
2008	43.224.007	833.258	1.93%
2009	47.109.555	3.885.548	8.25%
2010	48.936.480	1.826.925	3.73%
Rata-rata		**1.574.696**	**3.55%**

Sumber : www.bps.co.id.

Dari tahun ke tahun UKM yang didalamnya termasuk industri kecil indonesia semakin meningkat. Rata-rata kenaikan jumlah unit usaha UKM sebesar 3.55 persen atau sebesar 1.574.696 tiap tahunnya. Namun yang paling besar pengaruhnya terlihat pada tahun 2009 sebesar 8.25 persen atau 3.885.548 dari 47.109.555 unit UKM. Ini membuktikan betapa kuatnya sektor ekonomi UKM sehingga tetap mengalami pertumbuhan yang sangat pesat meskipun dalam kondisi sedang terjadi krisis global.

Begitu pula dengan pembangunan ekonomi di Jawa Barat, UKM memiliki peran dalam menyerap tenaga kerja dan menciptaan lapangan pekerjaan. Jumlah tenaga kerja yang diserap melalui Usaha Kecil Menengah (UKM) yang mencangkup industri didalamnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Banyaknya usaha, Pekerja, dan nilai Output Industri Kecil dan Kerajinan Rumah Tangga Menurut Golongan Industri di Jawa Barat, Tahun 2010.

Jenis Industri	Banyaknya Usaha (unit)	Banyaknyapekerja (orang)	Banyaknya Output (miliar Rp)
(1)	**(2)**	**(3)**	**(4)**
Golongan Industri:			
1. Industri sedang dan besar	21.396	4.385.923	722.360
(%)	(0.84%)	(41.71%)	(91.50%)
2. Industri Kecil	230.721	1.761.510	34.619
(%)	(9.01%)	(16.78%)	(4.39%)
3. Kerajinan Rumah Tangga	2.307.562	4.348.548	32.473
(%)	(90.15%)	(41.43%)	(4.11%)
4. Jumlah IKKR	2.538.283	6.110.058	67.092
(%)	(99.16%)	(58.21%)	(8.50%)
Jumlah Sektor Industri	20.559.679 (100%)	10.495.981 (100%)	789.452 (100%)

Sumber : www. jabar.bps.go.id.

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, terlihat dari banyaknya usaha dan penyerapan tenaga kerja industri kecil dan kerajinan rumah tangga di Jawa Barat sangat menonjol (99.16% dan 58.21%) tetapi besarnya output hanya sebesar 8.5%. Hal ini jelas dperlukan dorongan dan bantuan dari berbagai pihak untuk terus mendukung pembangunan serta perkembangan UKM.

Terdapat beberapa keuntungan strategik bagi para pelaku usaha yang bergerak dibidang usaha kecil menengah tentang pentingnya penilaian kinerja dalam pelaksanaan bisnis. Dimana penilaian kinerja dilakukan untuk mengetahui

tingkat efisiensi dan efektifitas suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Kinerja bisnis sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan / kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi / perusahaan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi / perusahaan dalam periode waktu tertentu.

Pengukuran kinerja suatu perusahaan sangat berguna untuk membandingkan perusahaan dengan perusahaan yang sejenis sehingga dapat dilakukan suatu tindakan yang dianggap perlu untuk memperbaikinya. Tanpa perbandingan, tidak akan diketahui apakah kinerja mengalami perbaikan atau sebaliknya yaitu menunjukan penurunan.

Hasil wawancara pada tanggal 9 Maret 2012 terdapat permasalahan yang dihadapi dalam UKM Sepatu Cibaduyut dalam penigkatan kinerja adalah kurangnya respon terhadap kegiatan seperti pelatihan, seminar dan kegiatan lain yang merupakan program-program yang dilaksanakan UPT Persepatuan Cibaduyut dalam hal ini yang bertindak sebagai lembaga pemerintah. Berdasarkan wawancara dengan Jouhari (Staf UPT Persepatuan Cibaduyut) mengatakan sangat sulit mencari peserta yang mengikuti pelatihan karena kurangnya kesadaran dari diri masing-masing pengusaha betapa pentingnya mengikuti pelatihan, seminar dan kegiatan lainnya. Mereka beranggapan banyak menyita waktu dan beranggapan dengan pelatihan belum tentu mampu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Akibatnya dengan kondisi seperti ini, banyak para pengusaha yang hanya mempertahankan kelangsungan usahanya, bukan untuk mencari

keuntungan. Lemahnya motivasi Sentra UKM Sepatu Cibaduyut untuk berkembang tidak lepas dari kurangnya faktor dukungan yang mampu memaksa mereka untuk berkembang dan berkompetisi dipasar. Hal ini masih disebabkan masih lebarnya jarak antara UKM Sepatu Cibaduyut dengan perusahaan-perusahaan besar, dengan kata lain adalah lemahnya keterkaitan antara Sentra UKM Sepatu Cibaduyut dengan perusahaan besar karena Sentra UKM sepatu Cibaduyut belum merupakan pemasok utama bagi perusahaan besar. Hal ini disebabkan karakteristik Sentra UKM Sepatu Cibaduyut masih terkonsentrasi pada produk tradisional, dan bukan produk yang dibutuhkan dalam skala besar. Volume penjualan yang masih sedikit dan pangsa pasar yang relatif kecil menjadi pertimbangan perusahaan besar sehingga Sentra UKM Sepatu Cibaduyut sulit bersaing dalam kondisi pasar saat ini, kemampuan bersaing mereka tentunya akan baik jika mengikuti perkembangan pasar dan mampu membuat produk sesuai kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu UKM Sepatu Cibaduyut harus terus berupaya untuk mengembangkan strategi yang efektif guna membangun, mempertahankan, dan meningkatkan kinerja bisnis, tentunya harus didukung oleh kompetensi wirausaha yang dimiliki dengan baik.

Kompetensi wirausaha merupakan faktor mendasar yang dimiliki seseorang yang mempunyai kemampuan lebih, yang membuatnya berbeda dengan seorang yang mempunyai kemampuan rata-rata.

Sama halnya dengan usaha lainnya, permasalahan yang dihadapi Sentra UKM Sepatu pada dasarnya meliputi sulitnya pengembangan usaha dikarenakan kurangnya informasi mengenai perkembangan dan perubahan lingkungan usaha,

kebanyakan usaha kecil ini juga hanya mengandalkan faktor insting dan keberuntungan dalam menjalankan usahanya, sehingga ketika usaha berkembang dan persaingan semakin ketat, tidak ada pembinaan khusus atau kemampuan lebih untuk menghadapinya. Menurut survei lapangan pada tanggal 9 Maret 2012, bahwa mayoritas para pengusaha tidak dapat melepaskan kejayaan masa lalu yang terus dirasakan secara turun-temurun menjalankan aturan bisnis yang sama ketika Sentra UKM Sepatu Cibaduyut masih berjaya, padahal aturan tersebut sudah tidak sesuai lagi dengan kondisi pasar saat ini. Disisi lain penggunaan teknologi makin penting mengingat sampai saat ini proses produksi UKM sepatu Cibaduyut masih dilakukan secara sederhana dan secara kekeluargaan. Ini mengindikassikan bahwa penguasaan IPTEK dan Kompetensi wirausaha yang dimiliki masih sangat terbatas.

Secara lebih spesifik, masalah dasar yang dihadapi UKM Cibaduyut menurut hasil wawancara pada tanggal 9 Maret 2012 adalah : Pertama, produk-produk yang dihasilkan oleh Sentra UKM Sepatu Cibaduyut masih biasa-biasa saja, masih standar, masih hanya mengandalkan satu macam hasil produk yang mereka anggap bagus dan unggul sehingga terkesan monoton tidak ada pilihan produk lain. Kedua, pasar yang mereka miliki masih sangat sempit, hanya toko yang berada disekitar Cibaduyut saja para pengusaha memasarkan produknya, tidak ada upaya untuk memperluas pasar kedaerah lain maupun pasar luar yang lebih luas, sehingga sulit untuk memperoleh pangsa pasar dan memperluas pasar Sentra UKM Sepatu Cibaduyut itu sendiri. Ketiga, para pengusaha masih mengalami masalah dalam mengelola keuangan, dimana masih campur aduknya

antara keuangan pribadi dan keuangan hasil usaha mereka, tidak jelasnya keluar masuknya keuangan menjadi sulit membedakan mana uang pribadi dan uang perusahaan, para pengusaha masih sedikit yang memiliki pembukuan perusahaan yang baik, sehingga ketika akan melakukan pengajuan permodalan dari lembaga keuangan dan lembaga individu, sangat kesulitan karena keterbatasan pencatatan keuangan. Keempat, para pengusaha sulit bekerjasama dengan pengusaha lainnya baik yang berada disekitar UKM Cibaduyut maupun yang berada diluar Cibaduyut, ini dikarenakan para pengusaha sangat tertutup pada pihak lain, tidak ada pertukaran informasi karena para pengusaha merasa takut tersaingi dan takut kalah jika terjadi persaingan, sehingga sulit melakukan hubungan dengan pihak lain.

Dari permasalahan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi para Pengusaha Sentra UKM Sepatu Cibaduyut yaitu : Pertama, masalah yang dihadapi yaitu kelemahan dalam hal pengetahuan tehnik dan desain produksi *(tehnical competence)*. Kedua, masalah yang dihadapi yaitu dalam hal bagaimana memperoleh pasar dan memperluas pangsa pasar yang mereka miliki (*marketing competence)*. Ketiga, masalah yang dihadapi yaitu dalam mengelola keuangan, struktur permodalan, dan keterbatasan untuk memperoleh jalur-jalur permodalan *(financial competence)*. Keempat, masalah yang dihadapi yaitu keterbatasan jaringan usaha, kesulitan menjalin kerjasama baik antara sesama pengusaha yang berada disekitar Cibaduyut maupun pengusaha lainnya *(human relation competence)*.

Orientasi pasar telah menjadi konsep penting yang menjadi fondasi bagi praktek pemasaran yang berkualitas. Perusahaan yang memiliki orientasi pasar akan berusaha memberikan *superior value* yang tertinggi pada konsumennya. Dengan demikian perusahaan tersebut akan memiliki keunggulan kompetitif sehingga akan sulit bagi para pesaing untuk merebut pangsa pasarnya.

Budaya pemasaran berorientasi pasar mendukung kebutuhan untuk mengumpulkan informasi pasar dan secara mengkoordinasi tindakan untuk memperoleh keuntungan yang kompetitif.

Skala implementasi bisnis mengenai strategi orientasi pasar tergantung pada tingkat perhatian dan kemampuan organisasi perusahaan kebutuhan pelanggan dan tindakan kompetitif, dengan demikian organisasi yang berorientasi akan mampu mempengaruhi kemampuan merespon kebutuhan pelanggan.

Hubungan positif yang terjadi antara orientasi pasar dengan kinerja bisnis suatu perusahaan dapat dijadikan salah satu upaya untuk menyelesaikan permasalahan usaha kecil menengah. Karena secara teoritik jika semua usaha kecil menengah berorientasi pasar maka kinerja usahanya akan meningkat. Dan apabila kinerja usahanya meningkat, maka usaha kecil menengah akan menguntungkan, mensejahterakan pengusaha, dan dapat menciptakan lapangan kerja.

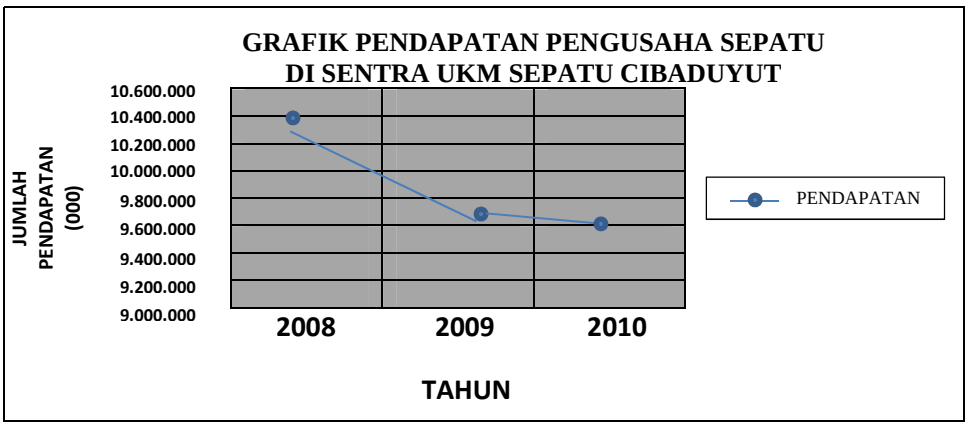
Permintaan yang besar dan cenderung meningkat pada setiap tahunnya terhadap hasil usaha kecil menengah (UKM) perlu diambil sebagai peluang untuk mengembangkan suatu usaha yang berbasis potensi lokal. Tapi kondisi dilapangan Sentra UKM Sepatu Cibaduyut mengalami permasalahan dalam hal pasar.

Menurut hasil survei lapangan tanggal 9 Maret 2012, sampai saat ini para pengusaha masih kesulitan dalam hal memasarkan hasil produksinya. Masih banyak para pengusaha di UKM Sepatu Cibaduyut menggunakan pemasaran standar yaitu hanya membuat katalog dan mengandalkan suplai produk ditoko saja. Selain itu, para pengusaha Sentra UKM Sepatu Cibaduyut tidak peduli terhadap pelanggan, mereka tidak pernah mencari tahu seperti apa yang diinginkan pelanggan mereka sendiri, tidak ada interaksi langsung untuk mempelajari bagaimana melayani kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Selain itu kesulitan melakukan penelitian untuk pengembangan usaha mereka, itu diakui oleh koordinator UPT Persepatuan Cibaduyut Wawan Darmawan dimana sangat sulit untuk melakukan penelitian karena tidak didukung data ril dari perusahaan.

Para pengusaha Sentra UKM Sepatu Cibaduyut seakan tidak peduli atas perubahan pasar sekarang, tidak ada pembahasan sama sekali strategi yang berkaitan dengan kondisi pasar oleh lembaga terkait. Mereka tidak peduli akan informasi-informasi yang menyebar dimedia mengenai informasi yang berkaitan dengan usahanya, sehingga mereka kalah dari pesaing karena mereka tidak tahu apa yang harus dilakukan dalam menghadapi kondisi pasar saat ini. Mereka terus membuat produk tanpa mengetahui keinginan pelanggan, karena mereka lebih tergantung pada kebijakan internal daripada kebutuhan pasar yang nyata. Tidak ada respon sama sekali ketika pesaing maju lebih didepan daripada dirinya, tidak ada koordinasi yang baik antara bagian-bagian yang terkait, ini sangat berbahaya dimana pelanggan menginginkan modifikasi suatu produk atau pelayanan yang sesuai dengan kebutuhannya yang harus diwujudkan secara cepat.

Ini jelas, bahwa permasalahan yang dihadapi Sentra UKM Sepatu Cibaduyut dalam hal bagaimana mereka menjalankan intelejensi pasar/informasi pemasaran yang baik. Selain itu, masalah yang mereka hadapi yaitu bagaimana mereka pendistribusian/penyebaran informasi baik kepada pelanggan maupun pada pihak-pihak terkait dan yang paling penting adalah bagaimana para pengusaha yang berada di Sentra UKM Sepatu Cibaduyut merespon apa yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan dipasar.

Permasalahan yang dihadapi sentra UKM Sepatu Cibaduyut berdampak pada pendapatan para pengusaha, dimana pada tahun 2008-2010 pendapatan pengusaha sepatu mengalami penurunan sebagai berikut:



Gambar 1.1
Grafik Pendapatan Di Sentra UKM Sepatu Cibaduyut
Sumber : UPT Persepatuan Cibaduyut

Gambar 1.1 diatas menggambarkan bahwa pada tahun 2009 pendapatan pengusaha mengalami penurunan yang cukup besar. Penurunan pendapatan pada tahun 2009 mencapai angka 7.1%. penurunan pendapatan tersebut juga kembali terulang pada tahun 2010 sebesar 0.73%.

Seiring menurunnya pendapatan meurut sumber dari UPT Persepatuan Cibaduyut, produsen atau pengrajin yang berada disekitar Sentra UKM Sepatu Cibaduyut juga mengalami penurunan sebagai berikut :

Tabel 1.3
Jumlah Produsen/Pengrajin Sepatu di Cibaduyut
(Pengrajin Skala Besar dan Skala Kecil)

Tahun	Jumlah Produsen/Pengrajin		Total Produsen/ Pengrajin	Pertumbuhan
	Skala Sedang	Skala Kecil dan Rumah Tangga		
2005	17	391	408	-
2006	20	540	560	37,25%
2007	43	462	505	-9.82%
2008	35	510	545	7.92%
2009	21	332	353	-35.23%
2010	17	247	264	-25.21%

Sumber : Unit Pelaksana Teknis (UPT) Persepatuan Cibaduyut, di olah.

Dari tabel 1.3 diatas, kita lihat di tahun-tahun terakhir jumlah pengusaha sepatu di Cibaduyut mengalami penurunan. Walaupun pada tahun 2006 banyak produsen baru terbukti seiring bertambahnya jumlah produsen sebanyak 560 pengusaha yang terdiri dari 20 pengusaha berskala besar dan 540 berskala kecil. Namun, peningkatan itu tidak berlangsung lama. Pada tahun-tahun berikutnya jumlah produsen kembali turun. Pada tahun 2007 turun sebesar 9.82% atau sebanyak 55 pengusaha. Pada tahun 2008 naik kembali sebesar 7.92% atau naik 40 pengusaha. Penurunan drastis terjadi dimulai tahun 2009 yaitu sebesar 35.23% atau sebanyak 192 pengrajin yang gulung tikar dibanding tahun sebelumnya dilanjutkan pada tahun 2010 penurunan terjadi sebesar 25,21% ata 89 pengrajin dari tahun sebelumnya.

Kondisi usaha sepatu di Cibaduyut yang pada umumnya diusahakan dalam sekala kecil dan menengah, maka kompetensi atau kemampuan seorang wirausaha

sebagai penggerak kemajuan usahanya sangat dominan dalam menentukan berhasilnya usaha tersebut. Sejumlah penelitian menemukan bahwa kompetensi wirausaha sangat mempengaruhi perusahaan untuk berorientasi pasar, dan pada akhirnya implementasi orientasi pasar dapat memperbaiki kinerja bisnis Sentra UKM Sepatu Cibaduyut.

Maka dari itu, berdasarkan fenomena-fenomena diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kompetensi Wirausaha Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sentra UKM Sepatu Cibaduyut (Studi Kasus di Sentra UKM Sepatu Cibaduyut Bandung)".**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis mengidentifikasikan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya permasalahan yang sangat kompleks yang dihadapi usaha kecil menengah (UKM), khususnya Sentra UKM Sepatu Cibaduyut, yaitu masalah ketersediaan modal, kurangnya kemampuan dalam penguasaan teknologi, kualitas SDM srta teknik memasarkan produk yang mereka hasilkan yang masih sangat sederhana.
2. Terjadi penurunan pendapatan ditahun 2009 sebesar 7.1% dan ditahun 2010 sebesar 0.73% dan penurunan pada jumlah produsen di Sentra UKM Industri Sepatu Cibaduyut baik yang skala besar maupun kecil yaitu

dimulai tahun 2009 yaitu sebesar 35.23% atau sebanyak 192 pengrajin yang gulung tikar dibanding tahun sebelumnya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diuraikan diatas, maka penulis ingin menguraikan mengenai hal sebagai berikut:

1. Bagaimana kompetensi wirausaha pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut.
2. Bagaimana orientasi pasar pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut.
3. Bagaimana kinerja bisnis pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut.
4. Seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha terhadap orientasi pasar Sentra UKM Sepatu Cibaduyut.
5. Seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha terhadap kinerja bisnis Sentra UKM sepatu cibaduyut.
6. Seberapa besar pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis Sentra UKM sepatu Cibaduyut.
7. Seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis Sentra UKM sepatu Cibaduyut.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Semakin meningkatnya perkembangan usaha kecil menengah (UKM) mengakibatkan munculnya persaingan dengan usaha kecil menengah (UKM) lainnya. Kompetensi yang dimiliki seorang wirausaha dan ditunjang orientasi

pasar perusahaan yang diterapkan dalam usaha tersebut harus mampu mendorong para pengusaha untuk menentukan sikap terhadap perubahan yang terjadi dalam bisnis. Oleh karena itu penelitian ini dimaksudkan untuk mencari tingkat pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis Sentra UKM Sepatu Cibaduyut.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada maksud penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kompetensi wirausaha pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut.
2. Untuk mengetahui orientasi pasar pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut.
3. Untuk mengetahui kinerja bisnis pada Sentra UKM Sepatu Cibaduyut.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha terhadap orientasi pasar Sentra UKM Sepatu Cibaduyut.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha terhadap kinerja bisnis Sentra UKM sepatu cibaduyut.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis Sentra UKM sepatu Cibaduyut.
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis Sentra UKM Sepatu Cibaduyut.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna, tidak hanya bagi aspek teoritis tetapi aspek praktis.

1.4.1 Kegunaan Praktis

Bagi Sentra UKM Industri Sepatu Cibaduyut

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengusaha kecil dan menengah khususnya yang bergerak di subsektor industri untuk memberikan masukan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan bisnis.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi ilmiah yang dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan Ilmu manajemen, khususnya Manajemen Bisnis.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penulis melaksanakan dan mengadakan penelitian secara langsung dengan mempelajari bagian yang di observasikan serta untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan oleh penulis untuk menunjang judul yang diambil.

Dalam memenuhi penelitian ini, penulis melaksanakan penelitian di Sentra Industri Sepatu Cibaduyut, melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) Jawa Barat, Balai Pengembangan Perindustrian, Unit Pengembangan IKM Persepatuan Cibaduyut, Jl. Raya Cibaduyut No. 150, Kota Bandung. Penelitian ini direncanakan berlangsung selama 4 (Empat) bulan dengan jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.4
Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

Jadwal Kegiatan	Bulan																			
	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PenulisanUsulan Penelitian																				
Penelitian Pendahuluan																				
Pengumpulan Data																				
Pengolahan dan analisis data																				
Penulisan dan penyusunan Skripsi																				