BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi dan liberalisasi perdagangan, banyak sekali perusahaan yang bergerak dalam berbagai bidang, dimana perusahaan tersebut menawarkan produk dan jasa yang menjadi ciri dari setiap perusahaan yang ada. Perusahaan yang menjual produk dan jasa pun beroperasi dalam berbagai ukuran atau skala, dimulai dari perusahaan berskala besar hingga perusahaan berskala kecil atau mikro. Dengan terus berubahnya keinginan konsumen dan juga semakin meningkatnya kebutuhan konsumen, maka hal tersebut akan menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk terus berkembang, khususnya bagi perusahaan mikro. Usaha berskala kecil atau bisa disebut Usaha Kecil Menengah (UKM) telah banyak berdiri dan menawarkan bermacam – macam produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen.Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah bentuk usaha yang mempunyai kompetensi yang baik, karena jumlah UKM yang ada di Indonesia terus mengalami peningkatan.

Banyaknya UMKM yang berkembang pun terjadi di Kota Bandung, saat ini banyak terdapat UMKM yang berdiri dan menawarkan banyak produk yang beraneka ragam dan perkembangannya pun terbilang baik. Berdasarkan data terbaru dari DINAS KOPERASI UKM DAN PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN KOTA BANDUNG tahun 2011, terdapat sebanyak 30 Sentra UMKM yang ada di Kota Bandung. Namun, dengan semakin banyaknya

wirausahawan yang ada didalam satu sentra yang mana dalam hal ini yang sama – sama menawarkan produk yang hampir serupa, maka dengan sendirinya tercipta persaingan antar produsen. Hal ini dapat dilihat dari jumlah UKM yang ada pada sebuah sentra untuk menawarkan produk mereka yang memilki ciri khas masing - masing. Dalam tingkat persaingan yang semakin ketat yang dikarenakan banyak UKM yang bermunculan didalam satu sentra, maka produk pada nantinya akan sulit dibedakan antara satu dengan yang lainnya. Agar dapat bertahan dalam persaingan dan berupaya unggul dalam persaingan, maka perusahaan tidak boleh bergantung pada kualitas produk yang ditawarkan semata tetapi perusahaan juga harus memilki dan menerapkan strategi dalam menawarkan produknya.

Pada saat ini sebuah perusahaan wajib untuk melakukan suatu kegiatan untuk meningkatkan kinerja perusahaan, kegiatan yang dimaksudkan adalah melakukan suatu proses menciptakan dan memuaskan para pelanggan dengan cara melakukan penilaian secara terus menerus akan kebutuhan para pelanggan. Dengan memamahi apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan pelanggan maka perusahaan akan mampu memahami kondisi pasar yang ada. Adapun faktor lain yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha yaitu para pengusaha harus memahami dan memiliki pengetahuan dalam hal penciptan peluang – peluang baru dalam hal pengembangan usaha dan para pengusahapun dituntut agar selalu dapat memberikan ide – ide atau inovasi dalam bisnis yang mereka lakukan, hal tersebut dimaksudkan agar, dalam hal peningkatan kinerja perusahaan para pengusaha akan mendapatkan hasil yang maksimal.

Orientasi kewirausahaan adalah sikap – sikap yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha, baik itu perusahaan mikro, kecil, maupun menengah, karena orientasi kewirausahaan didalamnya terdapat sifat – sifat inovatif dan kreatif yang akan membuat seorang wirausahawan bisa menjadi tulang punggung bagi perusahaannya untuk terus berkembang dan menjadi perusahaan yang terus berinovasi dan menghasilkan produk – produk baru.

Orientasi kewirausahaan juga tidak hanya akan memberi dampak pada perkembangan usaha saja, namun jika seorang wirausahawan atau pelaku sebuah bisnis memiliki orientasi kewirausahaan yang baik, maka kegiatan internal perusahaan atau kinerja perusahaanpun akan bisa diatur dengan baik. Khususnya untuk usaha berskala kecil seperti UMKM, orientasi kewirausahaan dari pelaku UMKM sangat diperlukan untuk meingkatkan kinerja dari UMKM itu sendiri. Tindakan proaktif dan pengarahan yang baik dari wirausahawan kepada karyawannya akan meningkatkan kierja karyawan secara individu dan pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan secara menyeluruh.

Selain orientasi kewirausahaan, inovasi bisnis juga memilki peranan yang sangat penting untuk mencapai daya saing dengan meningkatkan kinerja perusahaan. Tujuan utama dari inovasi bisnis adalah menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dengan cara membuat ide – ide baru dalam kegiatan bisnis yang dijalankan agar dapat membuat perusahaan dapat selalu bertahan dan bersaing dalam persaingan bisnis yang ada. Inovasi bisnis menurut Komite Inovasi Nasional adalah “ kegiatan untuk meningkatkan inovasi di bidang bisnis ”. Pengetahuan dan informasi yang dimiliki tidak menjamin terjadinya inovasi,

Seperti yang terjadi pada salah satu sentra UKM yang ada dikota Bandung yaitu sentra indutri kaos yang berada dikawasan Suci Bandung. Sentra UKM yang telah berdiri selama kurang lebih 20 tahun ini memiliki beragam UKM yang memproduksi kaos untuk dipasarkan kedalam maupun keluar Kota Bandung. Salah satu tujuan pasar dari Sentra Industri Kaos Suci yaitu beberapa kota di Jawabarat dan beberapa kota dari provinsi yang lain. Terletak di Jalan Surapati dan Jalan PHH. Mustofa, kecamatan Cibeunying Kidul, Bandung. Fokus sentra ini adalah memproduksi berbagai macam jenis sablon kaos. Terdapat kurang lebih 409 pengrajin sablon kaos. Kapasitas produksi per tahunnya sebanyak 177.300 Lusin dengan nilai investasi Rp. 115,403 Milyar dan menyerap tenaga pekerja sebanyak 2.721 Orang.

Dalam penelitian kali ini penulis mengadakan penyebaran kuisioner awal, yang dimana penyebaran kuisioner ini mempunyai tujuan untuk mengetahui hal – hal apa saja yang menjadi kelemahan antar pengusaha kaos di Sentra Industri di Kawasan Suci Bandung. Hal tersebut dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Survei Awal

PERTANYAAN	JAWABAN	
	YA %	**TIDAK %**
1. Apakan perusahaan anda mendukung kreativitas karyawan dalam upaya memperkenalkan produk baru ? ***(Inovatif)***	**21 70%**	**9 30%**
2. Apakah perusahaan anda berani untuk mengambil resiko dalam hal memproduksi barang dalam jumlah besar ? ***(Berani Mengambil Resiko)***	**12 40%**	**18 60%**

3. Apakah anda selalu memperkirakan permintaan pasar akan produk anda secara berkala ? ***(Proaktif)***	**17 57%**	**13 43%**
4. Apakah anda selalu merespon cepat jika ada peluang baru di dalam pasar? ***(Agresifitas Bersaing)***	**9 30%**	**21 70%**
5. Apakah perusahaan anda selalu melakukan perkenalan produk baru atau layanan baru kepada konsumen? ***(Frekuensi perkenalan produk atau layanan baru)***	**22 73%**	**8 27%**
6. Apakah ide baru yang anda berikan dalam produk anda dapat diterima oleh para pelanggan ? ***(Ide - Ide Baru)***	**14 47%**	**16 53%**
7. Apakan perusahaan anda selalu mencari cara baru dalam metode yang berbeda dari para pesaing ?. **(*Cara baru melakukan sesuatu)***	**18 60%**	**12 40%**
8. Apakah perusahaan anda selalu melakukan kreasi pada produk anda untuk mendapatkan sisi menarik ? ***(Kreatifitas dalam metode operasi)***	**19 63%**	**13 37%**
9. Apakah perushaan anda meningkatkan pengenalan produk baru secara berkala?. ***(Peningkatan perkenalan produk)***	**21 70%**	**9 30%**
10. Apakah perusahaan anda mengalami pertumbuhan dalam hal penjualan dari waktu ke waktu ? ***(Pertumbuhan penjualan***	**13 43%**	**17 57%**
11. Apakah Perusahaan anda mengalami pertumbuhan dalam hal menghasilkan produk baru berdasarkan kebutuhan dan keadaan pasar? ***(Pertumbuhan produk baru)***	**20 67%**	**10 33%**
12. Apakah perusahaan anda mengalami profit dari hasil transaksi yang di lakukan ? ***(Pertumbuhan laba)***	**17 57%**	**13 43%**
13. Apakah anda selalu menilai setiap produktivitas karyawan di perusahaan anda ? ***(Produktivitas karyawan)***	**23 77%**	**7 33%**

Sumber : data yang diolah 2014

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, diperoleh hasil 70% responden pihak perusahaan menjawab bahwa perusahaan mendukung kreativitas dalam upaya memperkenalkan produk baru, dan 30% responden perusahaan menjawab bahwa mereka kurang mendukung kreativitas dalam upaya memperkenalkan produk baru. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari perusahaan yang ada di sentra industri kaos mendukung kreativitas dalam upaya memperkenalkan produk baru.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, diperoleh hasil 40% responden pihak perusahaan menjawab bahwa perusahaan berani mengambil resiko untuk memproduksi barang dalam jumlah besar, dan 60% responden perusahaan menjawab bahwa mereka kurang berani mengambil resiko untuk memproduksi barang dalam jumlah besar. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari perusahaan yang ada di sentra industri kaos suci kurang berani mengambil resiko untuk memproduksi barang dalam jumlah besar.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, diperoleh hasil 17% responden pihak perusahaan menjawab bahwa perusahaan memperkirakan permintaan pasar secara berkala, dan 43% responden perusahaan menjawab bahwa mereka kurang dalam hal memperkirakan permintaan pasar secara berkala. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari perusahaan yang ada di sentra industri kaos memperkirakan permintaan pasar secara berkala.

Berdasarkan hasil survei awal yang telah dilakukan kepada 30 responden, diperoleh hasil sebesar 30% responden pengusaha menyatakan bahwa perusahaannya merespon dengan cepat jika ada peluang baru di dalam pasar, dan

70% responden perusahaan menyatakan bahwa perusahaan mereka kurang merespon dengan cepat jika ada peluang baru di dalam pasar. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan yang ada disentra kaos Suci kurang merespon dengan cepat jika ada peluang di dalam pasar, dengan kata lain mayoritas perusahaan yang ada di sentra tersebut terkesan lamban dalam memamfaatkan peluang atau kesempatan yang ada.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, diperoleh hasil 73% responden pihak perusahaan menjawab bahwa perusahaan selalu melakukan perkenalan produk baru atau layanan baru ke pasar, dan 27% responden perusahaan menjawab bahwa mereka kurang untuk melakukan perkenalan produk baru atau layanan baru ke pasar. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari perusahaan yang ada di sentra industri kaos Suci selalu melakukan perkenalan produk baru atau layanan baru ke pasar.

Berdasarkan hasil survei awal yang telah dilakukan kepada 30 responden, 47% responden perusahaan menyatakan bahwa, ide baru yang di berikan dalam produk anda dapat diterima oleh para pelanggan, dan 53% responden menyatakan bahwa ide baru yang diberikan dalam produk kurang diterima oleh para pelanggan . Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak semua pelanggan dapat menerima ide baru terhadap produk yang diberikan oleh para pengusaha, dimana hal tersebut juga menunjukkan bahwa ide baru yang diterapkan ke dalam produk oleh para pengusaha yang ada di sentra kaos Suci masih kurang maksimal.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, diperoleh hasil 60% responden pihak perusahaan menjawab bahwa perusahaan

mencari cara baru dalam metode yang digunakan untuk dapat membedakan dengan pesaing, dan 40% responden perusahaan menjawab bahwa mereka kurang dalam hal mencari cara baru dalam metode yang digunakan untuk dapat membedakan dengan pesaing. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari perusahaan yang ada di sentra industri kaos mencari cara baru dalam metode yang digunakan untuk dapat membedakan dengan pesaing

. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, diperoleh hasil 63% responden pihak perusahaan menjawab bahwa perusahaan melakukan kreasi pada produk anda untuk mendapatkan sisi menarik, dan 37% responden perusahaan menjawab bahwa mereka kurang melakukan kreasi pada produk anda untuk mendapatkan sisi menarik. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari perusahaan yang ada di sentra industri kaos melakukan pengenalan produk baru secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, diperoleh hasil 70% responden pihak perusahaan menjawab bahwa perusahaan melakukan pengenalan produk baru secara berkelanjutan, dan 30% responden perusahaan menjawab bahwa mereka kurang melakukan pengenalan produk baru secara berkelanjutan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari perusahaan yang ada di sentra industri kaos melakukan pengenalan produk baru secara berkelanjutan.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan kepada 30 responden, 43% responden perusahaan merasa mengalami pertumbuhan dalam hal penjualan dari waktu ke waktu, dan 57% responden perusahaan kurang merasa mengalami

pertumbuhan dalam hal penjualan dari waktu ke waktu. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari perusahaan yang ada di sentra kaos Suci merasa kurang mengalami pertumbuhan dalam hal penjualan dari waktu ke waktu.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, diperoleh hasil 67% responden pihak perusahaan menjawab bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan dalam hal menghasilkan produk baru berdasarkan kebutuhan dan keadaan pasar, dan 33% responden perusahaan menjawab bahwa mereka kurang mengalami pertumbuhan dalam hal menghasilkan produk baru berdasarkan kebutuhan dan keadaan pasar. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari perusahaan yang ada di sentra industri kaos mengalami pertumbuhan dalam hal menghasilkan produk baru berdasarkan kebutuhan dan keadaan pasar.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, diperoleh hasil 57% responden pihak perusahaan menjawab bahwa perusahaan mengalami profit dari hasil transaksi yang di lakukan, dan 43% responden perusahaan menjawab bahwa mereka kurang mengalami profit dari hasil transaksi yang di lakukan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari perusahaan yang ada di sentra industri kaos mengalami profit dari hasil transaksi yang di lakukan.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, diperoleh hasil 77% responden pihak perusahaan menjawab bahwa perusahaan menilai setiap produktivitas karyawan di perusahaan anda, dan 33% responden perusahaan menjawab bahwa mereka kurang dalam hal menilai setiap

produktivitas karyawan di perusahaan anda. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari perusahaan yang ada di sentra industri kaos menilai setiap produktivitas karyawan di perusahaan anda.

Adapun yang terjadi di sentra Industri kaos di kawasan suci Bandung, untuk orientasi kewirausahaan, dimana pada sentra tersebut para pengusaha masih kurang dalam hal keberanian untuk mengambil resiko untuk memproduksi barang dalam jumlah besar, karena pemilik usaha tidak ingin mendapatkan kerugian dalam sakala besar, namun pada kenyataannya mayoritas perusahaan yang bergerak di bidang usaha yang sama dengan yang ada di sentra industri kaos suci bandung cenderung melakukan produksi dalam skala besar hal ini dimaksudkan untuk memaksimalkan peluang yang ada sekaligus agar produk yang dihasilkan dapat cepat diketahui oleh khalayak ramai terutama para pada calon konsumen pada khususnya.

Adapun inovasi bisnis yang dilakukan oleh para pengusaha sentra industri kaos suci bandung dapat dikatakan masih kurang maksimal, hal tersebut dapat dilihat dari produk - produk yang mereka tawarkan kurang mendapatkan respon yang baik dari konsumen atau pelanggan, walaupun pada kenyataannya bagi sebagian pemilik toko yang ada disentra industri kaos suci bandung telah melakukan dan menerapkan inovasi bisnis berupa ide – ide baru yang diterapkan pada produk – produk mereka. Akan tetapi bagi beberapa pelanggan beranggapan, bahwa produk – produk yang ada di sentra industri kaos suci Bandung yang mereka tawarkan kurang memiliki inovasi, sehingga membuat para pelanggan kurang tertarik dan berminat atau kurang merespon akan produk - produk yang

mereka tawarkan karena terkesan monoton atau tidak mengalami perubahan yang signifikan.

Dan hal – hal di atas akan berdampak pada kinerja perusahaan, dimana dengan kurangnya keberanian para pemilik toko yang ada disentra industri kaos suci Bandung untuk mengambil resiko dan peluang yang ada, sehingga hal tersebut menurunkan kinerja perusahaan dalam hal persaingan dengan para pengusaha sejenis yang berasal dari luar sentra dan kurang maksimalnya inovasi bisnis yang dilakukan oleh para pemilik toko di sentra kaos suci Bandung, dalam hal ini kurang maksimalnya inovasi bisnis yang mereka lakukan pada ide – ide akan produk - produk baru yang akan mereka tawarkan kepada para pelanggan, sehingga para pelanggan mereka merasa jenuh akan produk - produk yang mereka tawarkan. Walaupun menurut sebagian dari pemilik toko yang ada disentra tersebut sudah melakukan inovasi akan produk - produk baru yang mereka tawarkan, akan tetapi konsumen merasa bahwa inovasi pada produk - produk yang mereka lakukan tidak terlalu signifikan atau tidak mengalami banyak perubahan dari produk – produk sebelumnya. Dan hal – hal tersebut dapat berdampak pada kurangnya pertumbuhan penjualan produk yang ada di sentra kaos Suci Bandung sehingga kinerja perusahaan yang ada di sentra tersebut dapat dikatakan masih kurang maksimal.

Dari bebrerapa fenomena yang telah diurai diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut di Sentra Industri Kaos di kawasan Suci Bandung dengan judul penelitian **“PENGARUH ORIENTASI**

KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI BISNIS TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DI SENTRA INDUSTRI KAOS DI KAWASAN SUCI BANDUNG".

1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dengan uraian latar belakang di atas, penulis menemukan beberapa fenomena yang terjadi di sentra industri kaos di kawasan suci Bandung, antara lain:

Perusahaan yang ada di sentra kaos Suci masih kurang menerapkan konsep orientasi kewirausahaan. Dimana hal tersebut ditunjukkan dengan kurang beraninya perusahaan dalam pengambilan resiko umtuk memproduksi barang dengan skala besar, selain itu, hal lain yang terjadi di Sentra kaos Suci Bandung adalah kurang cepatnya respon unit usaha jika ada peluang baru dalam pasar.

Penerapan inovasi bisnis dalam mencapai keunggulan bersaing di pandang sangat penting, karena Tujuan utama dari inovasi bisnis adalah menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dengan cara membuat ide – ide baru dalam kegiatan bisnis yang dijalankan agar dapat membuat perusahaan dapat selalu bertahan dan bersaing dalam persaingan bisnis yang ada. Dimana hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan yang ada di sentra industri kaos Suci belum melakukan usaha yang maksimal dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dengan cara

membuat ide – ide baru dalam kegiatan bisnis yang dijalankan. Sehingga perusahaan dikatakan belum optimal dalam melakukan inovasi bisnis.

Dengan semakin banyaknya pesaing di sentra industri kaos di kawasan suci dan pesaing yang ada diluar sentra yang menjual produk serupa, maka sebagian besar perusahaan mengalami kesulitan dalam persaingan, hal ini di sebabkan karena perusahaan masih kurang cepat dalam merespon aktivitas yang dilakukan oleh konsumen dalam pasar dan perusahaan belum optimal dalam menciptakan nilai tambah dengan cara membuat ide baru dalam kegiatan bisnis yang dilakukan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang penulis kemukakan, penulis memutuskan beberapa hal yang akan penulis angkat menjadi pokok permasalahannya, yaitu :

1. Bagaimana orientasi kewirausahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
2. Bagaimana inovasi bisnis di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
3. Bagaimana kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
4. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
5. Seberapa besar pengaruh inovasi bisnis terhadap kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung

6. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi bisnis terhadap kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana orientasi kewirausahaan, inovasi bisnis, dan kinerja perusahaan Sentra Industri Kaos Suci Bandung dan membandingkannya dengan teori – teori dan pendapat para ahli yang tersedia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana orientasi kewirausahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana inovasi bisnis di Sentra Industri Kaos Suci Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung.
4. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
5. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh inovasi bisnis terhadap kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung
6. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi bisnis terhadap kinerja perusahaan di Sentra Industri Kaos Suci Bandung. Pengaruh.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun tulisan ini penulis harapkan bisa memberikan manfaat bagi banyak pihak yang menggunakan tulisan ini, antara lain :

1.4.1 Kegunaan Praktis

1.Manfaat Bagi Penulis

Untuk lebih memahami dan menambah wawasan yang lebih luas mengenai bagaimana orientasi pasar dan inovasi bisnis serta keunggulan bersaing yang sesuai dengan teori ataupun ilmu yang telah ada.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan yang diteliti, sehingga perusahaan yang bersangkutan dapat memahami lebih lanjut tentang orientasi pasar, inovasi bisnis dan keunggulan bersaing serta sebagai bahan pertimbangan dalam rangka memperbaiki kelemahan – kelemahan yang ada agar perusahaan akan semakin baik kinerjanya dan akan lebih mampu bersaing dengan kompetitor.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Manfaat bagi program studi

Sebagai penambah referensi dan sebagai bahan perbandingan dengan tulisan – tulisan sebelumnya khususnya tentang Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Bisnis.

2. Manfaat bagi penulis lain

Sebagai bahan referensi yang bisa dipakai apabila penulis lain ingin dan tertarik membuat tulisan yang sama dengan penulis.

1.5 Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan penelitian di Sentra UKM Kaos Suci Bandung.

Adapun penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober sampai bulan Februari 2014

Tabel 1.2
Jadwal Kegiatan Penelitian

Keterangan	Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																				
Pencarian Data																				
Pengolahan Data																				
Penulisan Laporan																				
Sidang Akhir																				