BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis konveksi adalah salah satu jenis bisnis yang cukup populer di Indonesia. Kepopuleran bisnis konveksi utamanya adalah disebabkan karena dua hal. Pertama, karena produk yang dihasilkan oleh industri konveksi, yaitu pakaian merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia, maka market untuk bisnis konveksi akan selalu ada. Pangsa pasar yang jelas, membuat tidak sedikit orang yang berusaha memaksimalkan potensi dari bisnis konveksi.

Yang kedua, bisnis konveksi menjadi populer karena entry barrier untuk bisa memulai bisnis ini tidak terlalu besar. Seseorang bisa memulai sebuah bisnis konveksi dengan hanya bermodalkan dua atau tiga buah mesin jahit. Dan mesin jahit, adalah salah satu mesin produksi termurah. Tidak seperti mesin-mesin produksi di industri lainnya yang harganya bisa mencapai ratusan juta atau bahkan milyaran rupiah, seseorang bisa memulai berbisnis konveksi dari garasi rumahnya yang luasnya hanya beberapa meter persegi saja, tidak perlu membuat pabrik yang luasnya ratusan atau ribuan meter persegi. Karena entry barrier yang tidak terlalu besar inilah tidak sedikit orang yang berani mencoba berbisnis konveksi.

Dalam sebuah proses manufaktur garment, terdapat suatu proses dimana kain (barang setengah jadi) diubah menjadi pakaian siap pakai. Proses mengubah material setengah jadi menjadi pakaian terdiri dari 3 bagian besar, yaitu proses

memotong (cutting) sesuai dengan pola pakaian, proses menjahit (making), dan proses merapikan (trimming) memasang kancing, memberikan bordir,dsb. Dalam industri konveksi, proses inilah yang dikerjakan. Populernya, orang menyingkatnya menjadi CMT alias cut, make, and trim.

Dilihat dari proses produksi, ada sedikit perbedaan antara bisnis "garment" dengan bisnis "konveksi". Di pabrik garment, proses produksi dilakukan berdasarkan jenis proses. Misalnya, ketika sedang proses menjahit (membuat) kerah baju, maka satu pabrik (selurruh pekerja) akan membuat kerah. Kemudian, ketika proses memasuki tahapan menyambung lengan dengan body baju, maka seluruh pekerja akan menjalankan proses tersebut, demikian seterusnya.

Sedangkan di pabrik konveksi, proses produksi dilakukan secara keseluruhan oleh tiap-tiap operator jahit. Satu orang satu operator akan menjahit satu baju mulai dari menjahit kerah, lengan, dan seterusnya sampai menjadi satu pakaian utuh, mereka menjahit potongan kain berikutnya menjadi satu pakaian utuh lainnya.

Paparan diatas menjelaskan, bagaimana prose produksi dalam bisnis konveksi dilakukan. Selanjutnya, kita akan membahas tentang terminologi bisnis konveksi itu sendiri. Selanjutnyan , konveksi merupakan cara bagi pabrik-pabrik garment untuk menyelesaikan pesanan yang diterimanya, jika pesanan tersebut tidak mungkin dikerjakan atau secara ekonomis sudah tidak efisien lagi untuk dikerjakan

Pabrik konveksi bandung bukanlah pabrik yang sukar untuk ditemukan. Bahkan banyak orang yang datang ke Bandung hanya untuk melihat dan berbelanja benda-benda berupa baju, jaket dan aksesoris yang diproduksi oleh pabrik konveksi.Pabrik tersebut bergerak sejak tahun 1950-an ketika bangunan Belanda dijadikan konsep bangunan bagi para konveksi baju. Dengan konsep warisan budaya ini, maka muncullah berbagai nama yang kemudian terkenal bahkan hingga ke luar kota Bandung.

Melihat perkembangan bisnis yang terus bersaing akibat pasar bebas, pabrik konveksi bandung bertahan di tengah gempuran pakaian jadi import dari China yang berharga sangat murah. Ada beberapa pabrik konveksi yang terpaksa gulung tikar karena tidak dapat mengikuti perkembangan di bisnis ini. Namun seorang pengusaha konveksi di bandung yang telah setia pada profesinya selama 41 tahun tetap tidak ingin berhenti dari usaha jahit-menjahit yang telah menafkahi dirinya maupun keluarganya selama berpuluh-puluh tahun. Selain itu, alasan utamanya adalah rasa sayang melepaskan terjalinnya persahabatan sekian lama dengan para pelanggannya.

Jalinan persahabatan sangatlah berarti bagi keduanya yang dimulai dari pembuatan baju ini. Baju yang pas dan sesuai di badan dan juga dapat menutupi beberapa kekurangan bentuk tubuh pelanggan sangatlah menyenangkan untuk dilihat. Kepuasan keduanya berdampak selain dari segi bisnis namun juga dari sisi psikologis.

Kemampuan mengetahui dan memenuhi selera tiap-tiap pelanggannya yang membuat sebuah konveksi dapat bertahan selama lebih dari 40 tahun atau bahkan hingga menjadi usaha turun-temurun. Pelanggan tidak akan lari karena rasa nyaman, itulah yang membuat nilai kualitas baju suatu konveksi.

Proses produksi konveksi Bandung, dalam sebuah proses produksi baju, terdapat sebuah proses pengolahan kain menjadi baju yang terdiri dari tiga bagian.

• Cutting (memotong)

• Making(proses menjahit)

• Trimming (proses merapikan)

Ketiga proses ini yang dikerjakan dalam membuat baju, proses produksi konveksi bandung atau lebih dikenal dengan istilah CMT (Cut, Make, and Trim). Sebelum masuk tahap cutting atau memotong bahan, memerlukan sebuah pola atau kerbaju yang dibuat sedemikian rupa sebagai model untuk membuat baju tersebut. Biasanya sebelum memotong semua bahan kain, pola tersebut di uji terlebih dahulu apakah benar-benar sesuai dengan baju yang hendak dibuat.

Perbedaan antara garment baju dengan konveksi baju adalah pada proses produksinya. Di pabrik garment baju, proses produksi dikerjakan berdasarkan jenis proses. Garment maupun konveksi bandung sama-sama melakukan proses CMT, ketiga proses diabaju. Namun bedanya saat proses menjahit untuk lengan baju, satu kelompok pekerja di pabrik garment baju tersebut melakukan hal yang sama, yaitu hanya membuat lengan baju. Ketika proses memasuki tahapan

menyambung lengan baju baju dan bagian badan baju, kelompok pekerja lainnya melakukan proses tersebut. Dengan cara tersebut, waktu proses pembuatan baju lebih cepat sehingga kerapihan produk lebih dapat terpantau dengan baik.

Di pabrik konveksi bandung dalam membuat baju, proses produksinya dikerjakan secara keseluruhan oleh masing-masing penjahit secara individual. Setiap penjahit menjahit baju dari menjahit lengan baju, badan baju, kerah dan aksesoris lainnya. Setelah satu baju sudah selesai dikerjakan, penjahit tersebut menjahit lagi dari awal. Umumnya, proses pembuatan baju tersebut lebih lambat dan kerapihan produk tergantung pada keahlian penjahit dan tim kontrol kualitas baju yang berpengalaman lebih dikenal dengan sebutan QC.

Banyaknya penduduk di kota bandung dan kecenderungan masyarakat bandung yang konsumtif dalam kebutuhan fashion bisnis konveksi bandung tidak ada matinya. Seorang pengusaha konveksi tidak hanya berurusan dengan jahit-menjahit, tetapi juga dari segi desain, perpaduan warna, keterampilan memilih bahan, dan pengetahuan tentang anatomi tubuh dan model yang sedang diminati di pasaran.

Memulai bisnis konveksi bandung memerlukan tekad, keahlian, relasi dan tentunya modal yang dipersiapkan sejak awal. Walaupun peluang di bisnis konveksi bandung masih cukup luas, hanya mengandalkan kwalitas saja tidak cukup. Apalah artinya produk terbaik namun tidak dikenal oleh khalayak ramai. Produk tersebut hanya layak berada dimuseum. Oleh karena itu pemasaran secara terukur sangatlah penting.

Usaha Konveksi Memerlukan Kreativitas, usaha paling aman dan nyaman dimulai dari sebuah hobi. Karena jika usaha tersebut tidak berjalan sesuai yang diharapkan, tidak akan cepat membuat patah semangat. Dengan hobi, usaha apapun tidak akan merasa bosan bahkan menghasilkan kreativitas.

Dunia usaha di bidang konveksi sangat berkaitan dengan dunia kreativitas. Kreativitas akan sangat sukar muncul maupun berkembang jika tidak ada rasa tertarik dengan usaha atau bisnis konveksi. Setiap helai pakaian yang Anda hasilkan akan terasa begitu nyaman dan sangat bermakna bagi pelanggan Anda dan memberikan perasaan bangga pada bisnis yang anda jalankan.

Bila sudah begini, pakaian jadi yang murah bukanlah pesaing utama usaha konveksi Anda. Dapat dikatakan pesaing utama dalam sebuah bisnis konveksi adalah diri Anda sendiri. Ya, kemampuan dalam meningkatkan daya kreasi dan inovasi ini akan menjadi tantangan tersendiri di dunia bisnis akhir-akhir ini.

Ditambah lagi perubahan arah fashion dan adi busana yang semakin cepat dan pasti dimana perubahan ini merubah selera tiap-tiap pelanggan. Kejelian melihat arah perubahan ini sangat dibutuhkan bahkan diharuskan. Jika memungkinkan, Andalah yang menjadi penggerak pasar dengan tujuan brand perusahaan dikenal oleh khalayak ramai. Peluang di bisnis konveksi bandung masih cukup besar, selain modal yang dibutuhkan juga memerlukan ketekunan.

Permasalahan yang di hadapi industri kecil bersifat multi dimensi, antara lain mencakup masalah-masalah internal dari setiap unit usaha, masalah eksternal dalam hubungannya dengan pemasok (supplier), pembeli (buyer) atau

konsumendan pesaing, masalah-masalah yang terkait dengan upaya pemberdayaan, sertamasalah globalisasi ekonomi sehubungan dengan diperlakukannya perdagangan bebas serta kemajuan teknologi informasi. Secara internal, industri kecil yang didominasi oleh usaha-usaha berskala sangat kecil (usaha mikro) berhadapan dengan masalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Ciri yang melekatpada para pelaku usaha makro tersebut adalah tingkat pendidikan yang rendah.

Rendahnya tingkat pendidikan pada pelaku industri kecil menjadikan wawasan bisnis mereka menjadi sangat sempit, semangat kewirausahaan (entrepreneurship) yang rendah, dan tidak mempunyai atau mengenal manajemen usaha (Chamdan Purnama,2010).

Edi Suandi Hamid dalam artikelnya yang berjudul ”Masalah Utama Ekonomi Indonesia: Tantangan bagi Rezim Pemerintahan 2004-2009 ”menjelaskan bahwa salah satu masalah utama bidang perekonomian tersebut adalah laju pertumbuhan ekonomi yang sangat rendah. Sejak krisis ekonomi melanda pada tahun 1997, pertumbuhan ekonomi masih sangat lamban, dengan laju pertumbuhan dibawah 5% pertahun. Setelah mengalami laju pertumbuhan negatif sebesar lebih dari 13% tahun 1998, pada tahun berikutnya Indonesia mencoba bangkit, dan mengalami pertumbuhan positif. Masalahnya adalah laju pertumbuhan itu belum dapat kembali normal seperti sebelum tahun 1997, dimana laju pertumbuhan perekonomian rata-rata mencapai 7% pertahun. Tahun 1997 pertumbuhan ekonomi hanya 5% dan pada puncak krisis tahun 1998 pertumbuhan negatif -13,7%. Pertumbuhan tahun berikutnya selalu pada kisaran rendah, yakni

0,96% (1999), 4,92% (2000), 3,45% (2001), dan 3,8% pada tahun 2002. sedangkan laju pertumbuhan ekonomi tahun 2003 hanya 4,1% dan 2004 sekitar 4,5%. Namun demikian dengan peningkatan yang relatif masih kecil, telah mengakibatkan pula pada rendahnya penciptaan kesempatan kerja di tanah air, akumulasi peningkatan pengangguran semakin meningkat cepat.

Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, danbanyak pula orang yang menganggur maka semakin dirasakan pentingnya dunia wirausaha. Pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh wirausahawan yang dapat membuat lapangan pekerjaan karena kemampuan pemerintah sangat terbatas (Bukhari alma,2011).

Bisnis konveksi pada daerah Bandung adalah peluang usaha yang besar dikarenakan fashion yang kian tahun kian berkembang. Kondisi tersebut secara langsung membawa hawa positif bagi pengusaha untuk membuka bisnis konveksi. Sehingga banyak pengusaha yang bersaing pada bisnis tersebut dan berupaya untuk menang dan mengalahkan para pesaingnya. Tidak dapat dipungkiri persaingan dalam menjalankan bisnis adalah wajar adanya sehingga memerlukan pengelolaan yang unggul dan strategi bisnis yang dapat membawa usaha pada keberhasilan bisnis.

Seiring bertambahnya jumlah populasi manusia di Indonesia maka bisnis konveksi pun semakin diminati.

Kemampuan manajerial adalah seperangkat keterampilan teknis dalam melaksanakan tugas sebagai manajer untuk mendayagunakan segala sumber yang tersedia untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Akdon, 2002).

Dalam menjalankan kinerja manajerialnya, pengusaha harus memiliki tiga jenis keterampilan. Untuk lebih jelasnya Paul Hersey dalam Wahjosumidjo (2003: 99) menyatakan bahwa dalam rangka pelaksanaan tugas-tugas manajerial paling tidak diperlukan tiga macam bidang keterampilan, yaitu technical, human, dan conceptual. Ketiga keterampilan manajerial tersebut berbeda-beda sesuai dengan tingkat kedudukan manajer dalam usahanya.

Agar tercapai keberhasilan dalam menjalankan usahanya, seorang pengusaha selain harus bekerja keras juga harus mampu mengembangkan hubungan dengan mitra usahanya ataupun semua pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan disamping itu kemampuan manajerial menjadi hal penting dimiliki oleh seorang pengusaha (Suryana,2011).

Dalam mencapai keberhasilan usaha seorang wirausaha terlebih dahulu harus mengetahui seluk beluk mengenai usahanya. Langkah selanjutnya adalah menetapkan strategi yang tetap dan cepat utuk meraih pasar. Namun dalam realisasinya penetapan tahapan–tahapan tersebut membutuhkan adanya pemahaman dan kemampuan manajerial yang baik untuk dapat menjalankan usahanya sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai (Suryana,2011).

Keberhasilan usaha dipengaruhi 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(Suryana,2011).

Berdasarkan pendapat para ahli dan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kemampuan manajerial berpengaruh dalam menentukan keberhasilan usaha. Sehingga para pengusaha dalam meningkatkan usahanya dituntut untuk meningkat. 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 ia selalu tekun, ulet, 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 (Suryana,2011).Akan tetapi apa yang terjadi dilapangan tidak demikian contohnya seperti apa yang terjadi di Goods Project. Untuk lebih jelasnya mari lihat table di bawah ini.

Tabel 1.1

Data barang yang terjual di Goods Project

No	Tahun	Barang terjual
1	2011	448
2	2012	560
3	2013	408
4	2014	352
5	2015	360

Dari tabel tersebut terlihat bahwa tingkat barang yang terjual di Goods Project hanya mengalami kenaikan pada tahun 2012 sedangkan pada tahun berikutnya mengalami penurunan di Goods Project.

Berikut tabel survei awal yang dilakukan peneliti terhadap 7 responden yaitu para karyawan Goods Project:

Tabel 1.2.
Survey Awal Kemampuan Manajerial
Goods project Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah pengusaha sudah mampu mengontrol kinerja karyawan dengan baik	2	28,6%	5	71,4%
2.	Apakah pengusaha memiliki jiwa kepemimpinan yang baik	3	42,9%	4	57,1%
3.	Apakah Pengusaha memiliki konsep yang baik untuk memajukan usahanya	4	57,1%	3	42,9%
Kemampuan Manajerial (Rata – Rata)		**9**	**42,9%**	**12**	**57,1%**

Sumber: data diolah 2016

Berdasarkan tabel survey awal tentang Kemampuan Manajerial di Goods project Bandung diatas, terdapat masalah pada faktor-faktor yang terjadi adalah

seperti pada item keahlian teknisyaitu 71,4% pengusaha belum mampu mengontrol kinerja karyawan dengan baik. Pada faktor keahlian manusia menyatakan 57,1% Pengusaha belum memiliki jiwa kepemimpinan yang baik. Dan pada faktor keahlian konseptual menyatakan 57,1% Pengusaha memiliki konsep yang baik untuk memajukan usahanya. Rata-rata jawaban responden bahwa 57,1% Kemampuan Manajerial di Goods project Bandung masih kurang efektif untuk menjalankan bisnisnya tersebut.

Kemampuan manajerial adalah seperangkat keterampilan teknis dalam melaksanakan tugas sebagai manajer untuk mendayagunakan segala sumber yang tersedia untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Akdon, 2009:4).

Tabel 1.3.
Survey Awal Perilaku Kewirausahaan
Goods project Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah pengusaha memiliki kepercayaan diri yang baik	1	14,3%	6	85,7%
2.	Apakah pengusaha sudah mampu menjadi pemimpin yang baik	2	28,6%	5	71,4%
3.	Apakah pengusaha berani dalam berspekulasi dalam melakukan proses produksi	4	57,1%	3	42,9%
Kemampuan Manajerial (Rata – Rata)		**7**	**33,3%**	**14**	**66,7%**

Sumber: data diolah 2016

Berdasarkan tabel survey awal tentang Perilaku kewirausahaan di Goods project Bandung diatas, terdapat masalah pada faktor-faktor yang terjadi adalah seperti pada item percaya diri yaitu 85,7% pengusaha tidak memiliki kepercayaan diri yang baik. Pada faktor kepemimpinan menyatakan 71,4% pengusaha belum mampu menjadi pemimpin yang baik. Dan pada faktor pengambilan resiko

menyatakan 57,1% pengusaha berani dalam berspekulasi dalam melakukan proses produksi. Rata-rata jawaban responden bahwa 66,7 perilaku kewirausahaan di Goods project Bandung masih kurang efektif untuk menjalankan bisnisnya tersebut.

Tabel 1.4
Survey Awal Keberhasilan Usaha
Goods project Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah pengusaha bisa dengan mudah bekerjasama dengan orang lain	2	28,6%	5	71,4%
2.	Apakah pengusaha selalu bekerja keras untuk mendapatkan hasilyang dinginkan	5	71,4%	2	28,6%
3.	Apakah pengusaha tipe orang yang rajin menambah ilmu baru	2	28,6%	5	71,4%
Keberhasilan Usaha (Rata – Rata)		**9**	**42,9%**	**12**	**57,1%**

Sumber data diolah 2016

Berdasarkan tabel survey awal tentang Keberhasilan usaha di Goods project Bandung diatas, terdapat masalah pada faktor-faktor yang terjadi adalah seperti pada indikator bekerjasama dengan orang lain yaitu 71,4% menyatakan pengusaha tidak bisa dengan mudah bekerjasama dengan orang lain.Pada faktor mau kerja keras menyatakan 71,4% menyatakan pengusaha selalu bekerja keras untuk mendapatkan hasil yang dinginkan. Dan pada faktor mau menambah wawasan baru menyatakan 71,44% menyatakan pengusaha bukan tipe orang yang rajin menambah ilmu baru. Rata-rata jawaban responden bahwa 57,1% keberhasilan usaha di Goods project Bandung masih belum menunjukan keberhasilan usaha yang maksimal dalam pengembangan setiap perusahaannya.

Setiap usaha / bisnis ingin mendapatkan keberhasilan usaha, suatu bisnis dikatakan berhasil apabila mendapatkan laba, walaupun laba bukan merupakan satu satunya aspek yang dinilai dari keberhasila sebuah usaha, tetapi alasan laba menjadi faktor yang penting adalah karea laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis. Jika terjadi penurunan atau ketidak stabilan laba maka, perusahaan akan kesulitan untuk mengoprasikan kegiatan usahanya dan menjaga ketahanan usahanya.

Dalam rangka meningkatkan keberhasilan usaha yang dimiliki, maka Goods project Bandung harus meningkatkan kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lain. Untuk itu penulis merasa tertarik dengan yang telah dipaparkan diatas maka penulis mengambil judul penelitian **"Keberhasilan Usaha Sebagai Implikasi dari Kemampuan Manajerial dan Perilaku Kewirausahaan pada Goods Project jalan.Buah-Batu Bandung".**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas dapat diidentifikasikan bahwa inti dari fenomena permasalahan yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Adanya ketimpangan antara kemampuan manajerial Goods Project dan keberhasilan usaha Goods Project. Padahal tingkat kemampuan manajerial pimpinan Goods Project terkategori baik.

2. ketimpangan antara perilaku kewirausahaan pimpinan Goods Project dengan keberhasilan usaha Goods Project dengan ditandai rendahnya tingkat orderan di Goods Project.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden dalam kemampuan manajerial yang ada di Goods project Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden dalam Perilaku kewirausahaan yang ada di Goods project Bandung
3. Bagaimana tanggapan responden dalam Keberhasilan usaha yang dilakukan oleh Goods project Bandung
4. Seberapa besar pengaruh Kemampuan manajerial dan Perilaku kewirausahaan terhadap Keberhasilan usaha di Goods project Bandung baik secara parsial dan simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kemampuan manajerial dan Perilaku kewirausahaan terhadap Keberhasilan usaha di Goods project Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tentang Kemampuan manajerial di Goods project Bandung.
2. Untuk mengetahui tentang Perilaku kewirausahaan yang dilakukan Goods project Bandung.
3. Untuk Mengetahui tentang keberhasilan usaha di Goods project Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha di Goods project Bandung baik secara parsial dan simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan nilai yang berguna bagi berbagai pihak. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penulis

   Menambah pengetahuan khususnya mengenai kemampuan manajerial ,perilaku kewirausahaan dan keberhasilan usaha serta sebagai bahan pembanding antara teori yang didapat dibangku kuliah dengan pelaksanaan dilapangan.

2. Penulis Lainnya

   Hasil penelitian ini mudah-mudahan dapat menjadi gambaran bagi penulis lainnya yang membutuhkan informasi tentang kemampuan manajerial ,perilaku kewirausahaan dan keberhasilan usaha.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Perusahaan

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan, serta dapat memberikan masukan-masukan yang bermanfaat untuk mengetahui seberapa pentingnya kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan untuk mendapatkan keberhasilan usaha.

2. Pihak Terkait

   Tulisan ini dibuat penulis diharapkan dapat mengembangkan dan menambah wawasan serta masukan informasi mengenai kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.

3. Pihak Lain

   Hasil penelitian ini diharapkan akan berguna dan dapat menjadi tambahan informasi bagi pihak lainnya yang membutuhkan informasi mengenai kemampuan manajerial,perilaku kewirausahaan dan keberhasilan usaha.

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 penelitan pada Goods Project Bandung

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai pada bulan Februari 2016 sampai dengan Juli 2016. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti membuat rencana jadwal penelitian yang dimulai dengan tahap persiapan sampai ketahap akhir yaitu pelaporan hasil penelitian. Secara lebih rinci waktu penelitian dapat dilihat pada tabel 1.5. dibawah ini:

Tabel 1.5.

Pelaksanaan Penelitian

Tahap	Prosedur	Bulan						
		Feb 2016	Maret 2016	April 2016	Mei 2016	Juni 2016	Juli 2016	Agustus 2016
I	**Tahap Persiapan:**							
	1. Menentukan tempat penelitian	■						
	2. Meminta surat pengantar ke perusahaan	■						
	3. Membuat proposal UP		■					
	4. Bimbingan dengan dosen pembimbing		■	■	■	■	■	■
II	**Tahap Pelaksanan:**							
	1. Mengajukan outline dan proposal UP			■				
	2. Seminar UP			■	■			
	3. Revisi UP				■			
	3. Pengumpulan data				■	■		
	4. Analisis					■	■	
	5. Menulis Draf Skripsi					■	■	
III	**Tahap Pelaporan:**							
	1. Menyiapkan Draft Skripsi						■	■
	2. Sidang akhir skripsi							■
	3. Penyempurnaan laporan skripsi							■
	4. Penggandaan Skripsi							■