

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	6
1.3.2.1 Kegunaan Ilmiah	6
1.3.2.2 Kegunaan Praktis.....	6
1.4 Kerangka Pemikiran	6
1.5 Hipotesis.....	12
BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	13
2.1 Karakteristik Industri Kecil.....	13
2.2 Persaingan	20
2.3 Promosi	28
2.4 Keunikan Produk	44
2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha.....	48
2.6 Konsep Laba.....	49
2.7 Hubungan Persaingan dengan Keberhasilan Usaha	52
2.8 Hubungan Promosi dengan Keberhasilan Usaha	55
2.9 Hubungan Keunikan Produk dengan Keberhasilan Usaha	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	59
3.1 Objek Penelitian	59
3.2 Metode Penelitian	59
3.3 Populasi dan Sampel	59
3.4 Definisi Operasional Variabel	60
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6 Instrumen Penelitian	63
3.6.1 Tes Validitas	64
3.6.2 Tes Reabilitas.....	65
3.7 Teknik Analisa Data	65
3.7.1 Metode Successive Interval.....	66
3.7.2 Model Penelitian	67
3.7.3 Menguji Hipotesis	68
3.7.4 Menguji Koefisien Determinasi.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Gambaran Umum Usaha Batik Trusmi.....	70

4.2	Gambaran Umum Responden	71
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	71
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	72
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	72
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	73
4.3	Gambaran Umum Variabel Penelitian	73
4.3.1	Persaingan.....	74
4.3.1.1	Masuknya Pendatang baru	74
4.3.1.2	Kekuatan Pembeli.....	75
4.3.1.3	Kekuatan Pemasok	77
4.3.2	Promosi.....	77
4.3.2.1	Promosi Melalui Perantara.....	77
4.3.2.2	Keikutsertaan Dalam Pameran	78
4.3.2.3	Intensitas Perusahaan dalam Memberikan Potongan Harga	79
4.3.2.4	Intensitas Perusahaan dalam Mengeluarkan Biaya Tiap Bulan.....	79
4.3.3	Keunikan Produk	80
4.3.3.1	Desain Produk	80
4.3.3.2	Warna.....	81
4.3.4	Keberhasilan Usaha.....	82
4.4	Penyebaran Variabel Penelitian Terhadap Karakteristik Responden	83
4.4.1	Variabel Laba Terhadap Karakteristik Responden	83
4.4.2	Variabel Persaingan Terhadap Karakteristik Responden.....	85
4.4.3	Variabel Promosi Terhadap Karakteristik Responden....	88
4.4.4	Variabel Keunikan Produk Terhadap Karakteristik Responden	91
4.5	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	93
4.6	Pembahasan.....	96
4.7	Implikasi Pendidikan	102
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1	Kesimpulan.....	105
5.2	Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	110

DAFTAR TABEL

1.1 Perkembangan Industri Jawa Barat	1
1.2 Perolehan laba Per 3 Bulan Tahun 2006-2007.....	4
2.1 Batasan / Kriteria Usaha Kecil dan Menengah Menurut Beberapa Organisasi.....	13
2.2 Analisis Kekuatan dan Kelemahan Usaha Kecil.....	18
3.1 Definisi Operasionalisasi Variabel	60
4.1 Deskripsi Pendidikan	72
4.2 Deskripsi Lama Usaha Responden	72
4.3 Deskripsi Umur Responden	73
4.4 Deskripsi Jumlah Karyawan Responden.....	73
4.5 Deskripsi Pendetang Baru	74
4.6 Deskripsi Jenis Barang yang Dibeli Pelanggan.....	76
4.7 Deskripsi Keikutsertaan dalam Pameran Selama 2 Tahun Terakhir	78
4.8 Deskripsi Pemberian Potongan Harga	79
4.9 Deskripsi Intensitas Perusahaan dalam Mengeluarkan Biaya Promosi Tiap Bulan.....	80
4.10 Deskripsi Desain yang Diproduksi	81
4.11 Deskripsi Jumlah warna yang Diproduksi	81
4.12 Deskripsi Laba Bulan Terakhir Responden	82
4.13 Penyebaran Laba Berdasarkan Tingkat Pendidikan	83
4.14 Penyebaran Laba Berdasarkan Lama Usaha	84
4.15 Penyebaran Laba Berdasarkan Umur.....	84
4.16 Penyebaran Laba Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	85
4.17 Penyebaran Persaingan Berdasarkan Tingkat Pendidikan	86
4.18 Penyebaran Persaingan Berdasarkan Lama Usaha	86
4.19 Penyebaran Persaingan Berdasarkan Umur	87
4.20 Penyebaran Persaingan Berdasarkan Jumlah Karyawan	88
4.21 Penyebaran Promosi Berdasarkan Tingkat Pendidikan	89
4.22 Penyebaran Promosi Berdasarkan Lama Usaha	89
4.23 Penyebaran Promosi Berdasarkan Umur	90
4.24 Penyebaran Promosi Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	90
4.25 Penyebaran Keunikan Produk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	91
4.26 Penyebaran Keunikan Produk Berdasarkan Lama Usaha.....	92
4.27 Penyebaran Keunikan Produk Berdasarkan Umur	92
4.28 Penyebaran Keunikan Produk Berdasarkan Jumlah Karyawan	93
4.29 Coefficient.....	94
4.30 ANOVA	95
4.31 Coefficient.....	95

DAFTAR GAMBAR

1.1 Kerangka Berfikir	12
2.1 Lima Kekuatan Bersaing yang Menentukan Kemampulabaan Industri .	25
2.2 Push Strategy dan Pull Strategy.....	43
2.3 Kurva Permintaan	48
2.4 Persaingan Monopolistik Sebelum Perusahaan Lain Memasuki Pasar...	53
2.5 Persaingan Monopolistik Setelah Perusahaan Lain Memasuki Pasar.....	53
4.1 Deskripsi Laba Bulan Terakhir Responden.....	83

