

LAPORAN AKHIR

TAHUN I DARI RENCANA 3 TAHUN

**PENELITIAN PRIORITAS NASIONAL
MASTERPLAN PERCEPATAN DAN PERLUASAN PEMBANGUNAN
EKONOMI INDONESIA 2011-2025
(PENPRINAS MP3EI 2011-2025)**



***GRAND DESIGN* STRATEGI PERCEPATAN PENGEMBANGAN
IKM BATIK SEMARANG BERBASIS KEUNGGULAN
TEKNIK KREATIF YANG SPESIFIK**

Tahun ke 1 dari rencana 3 tahun

TIM :

Dr. ENDANG TIAHJANINGSIH, S.E., M.Kom (0622056601)

Dr. HASAN ABDUL ROZAK, SH.,Cn.,M.M (0610116402)

Dr. KASMARI, M.MSI. (620016401)

AGUS PRASETYO UTOMO, M.M, M.Kom (0614087201)

**UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)
SEMARANG
NOVEMBER 2015**

LAPORAN AKHIR

PENELITIAN PRIORITAS NASIONAL
MASTERPLAN PERCEPATAN DAN PERLUASAN PEMBANGUNAN
EKONOMI INDONESIA 2011-2025
(PENPRINAS MP3EI 2011-2025)



GRAND DESIGN STRATEGI PERCEPATAN PENGEMBANGAN IKM BATIK SEMARANGAN BERBASIS KEUNGGULAN TEKNIK KREATIF YANG SPESIFIK

Tahun ke 1 dari rencana 3 tahun

TIM:

Dr. ENDANG TJAHJANINGSIH, S.E., M.Kom (0622056601)

Dr. HASAN ABDUL ROZAK, SH.,CN.,M.M (0610116402)

Dr. KASMARI, M.MSI. (620016401)

AGUS PRASETYO UTOMO, M.M, M.Kom (0614087201)

Dibiayai oleh Direktorat Jendral Perguruan Tinggi, Kementerian Pendidikan Nasional,
sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah Penelitian Melalui DIPA DIKTI
Tahun Anggaran 2015, Nomor: 027/K6/KM/SP2H/PENELITIAN_BATCH-1/2015,
Tanggal 30 Maret 2015

**UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG
NOVEMBER 2015**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : *GRAND DESIGN* STRATEGI PERCEPATAN PENGEMBANGAN IKM BATIK SEMARANGAN BERBASIS KEUNGGULAN TEKNIK KREATIF YANG SPESIFIK
 2. Kode>Nama Rumpun Ilmu : 574/PEMASARAN
 - a. Koridor : JAWA
 - b. Fokus : INDUSTRI TEKSTIL
 3. Ketua Peneliti
 - a. Nama Lengkap : Dr.Endang Tjahjaningsih,SE.,M.Kom
 - b. NIDN/NIY : 0622056601 / Y.2.91.10.065
 - c. Perguruan Tinggi : Univesitas Stikubank Semarang
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
 - e. Program Studii : Manajemen
 - f. Nomor HP : 0815-6534-204
 - g. Alamat surel : e.cahyaningsih@gmail.com
 4. Anggota Peneliti (1)
 - a. Nama Lengkap : Dr. Hasan Abdul Rozak,S.H.,CN.,MM.
 - b. NIDN /NIY : 0610116402
 - c. Perguruan Tinggi : Universitas Stikubank Semarang
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
 - e. Program Studi : Manajemen
 - f. Nomor HP : 08122938405
 - g. Alamat Surel : hasan29@gmail.com
 5. Anggota Peneliti (2)
 - a. Nama Lengkap : Dr.Kasmari,M.MSi.
 - b. NIDN/NIY : 620016401/ YS.2.99.06.020
 - c. Perguruan tinggi : Universitas Stikubank Semarang
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - e. Program Studi : Manajemen
 - f. Nomor HP : 085713490702
 - g. Alamat Surel : f_ksm@yahoo.co.id
 6. Anggota Peneliti (ke 3)
 - a. Nama Lengkap : Agus Prasetyo Utomo,M.M.,M.Kom
 - b. NIDN : 0614087201/Y2.99.09.024
 - c. Perguruan Tinggi : Universitas Stikubank Semarang
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - e. Program Studi : Sistem Informasi
 - f. Nomor HP : 0811-2702-866
 - g. Alamat surel : mustagus@yahoo.com
- Institusi mitra (1)
- a. Nama Institusi mitra : Bappeda Kota Semarang
 - b. Alamat : Jln Pemuda 148 Semarang
 - c. Penanggung jawab : Agustiana Wahyuningsih, SH
- Institusi mitra (2)
- a. Nama Institusi mitra : Olief Batik

Institusi mitra (3)

- a. Nama Institusi mitra : Jawa Tengah Youth
- b. Alamat : Jl. Villa Ngalian Permai II/P-10 Semarang
- c. Penanggung jawab : Hagi Hutomo M

Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 3 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 150.000.000
Biaya Keseluruhan : Rp. 606.670.000

Semarang, 6 Nopember 2015

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Endang Tjahjaningsih, SE, MKom)
NIDN 0622056601

Ketua Peneliti



(Dr. Endang Tjahjaningsih, SE, MKom)
NIDN 0622056601

Mengetahui,
Kepala PPM Universitas Stikubank



(Dr. Endang Tjahjaningsih, SE, MKom)
NIDN 0622056601

RINGKASAN

UNESCO mengakui batik tulis sebagai hasil budaya bangsa Indonesia karena pemerintah beserta rakyat Indonesia dinilai telah melakukan banyak langkah nyata untuk melindungi dan melestarikan batik secara turun temurun, akan tetapi eksistensi pengakuan tersebut bisa dicabut apabila kita tidak dapat melestarikannya. Di khsanah pembatikan banyak yang mengira bahwa Semarang merupakan sentra batik di Jawa Tengah. Namun sampai saat ini belum ada yang menunjukkan Semarang memiliki tradisi batik, apalagi memiliki motif dan pakem yang jelas. Industri-industri kerajinan batik pernah berkembang cukup pesat di Semarang dari tahun 1919 sampai dengan tahun 1925 berdasar jumlah industri maupun tenaga kerjanya. Namun demikian sampai saat ini posisi batik Semarangan masih dalam level embrio dan berdasar kondisi realita di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat kota Semarang sendiri dan masyarakat luas belum mengenal secara baik motif-motif batik khas Semarangan. Untuk memposisikan batik Semarangan ke posisi yang lebih tinggi diperlukan strategi untuk percepatan pertumbuhan batik Semarangan dengan mengembangkan keunggulan teknik kreatif yang spesifik, melakukan pembinaan dengan pendekatan *entrepreneurial marketing*, dan membangun aplikasi *cybermarketing*.

Kata kunci: batik Semarangan, strategi percepatan, keunggulan teknik kreatif yang spesifik, *entrepreneurial marketing*, aplikasi *cybermarketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
RINGKASAN	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 State Of The Art	4
2.2 Peta Jalan Penelitian (Road Map Penelitian.....	5
BAB III. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
3.1 Tujuan Penelitian	12
3.2 Manfaat Penelitian	12
BAB IV. METODE PENELITIAN	14
4.1 Jenis dan Sumber Data	14
4.2 Populasi	14
4.3 Sampel dan Penentuan Sampe	15
4.4 Teknik Pengambilan Sampel	15
4.5 Metode Pengumpulan Data	15
4.6 Teknik Pengolahan Data dan Analisis	16
4.7 Pengujian Instrumentasi Penelitian	17
4.8 Teknik Analisa Data	17
4.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	17
4.8.2 Koefisien Determinasi	18
4.9 Pengujian Hipotesis	18
4.9.1 Uji Signifikasi Paramater Individual	18
4.9.2 Uji Signifikansi Simultan	19
BAB V. Hasil Yang Dicapai	19
5.1 Identitas Responden	19
5.2 Identitas Usaha Responden	21
5.3 Deskripsi Variabel	25
5.4 Uji Kelayakan Instrumen	27
5.4.1 Uji Validitas	27
5.4.2 Uji reliabilitas	29
5.5 Analisa Data	30
5.6 Pengujian Model	34
5.7 Uji Hipotesa	37
5.8 Luaran Yang Dihasilkan	40
5.9 Kendala Yang Dihadapi	53
BAB VI. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	54
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN	54
7.1 Kesimpulan	54
7.2 Saran	55
DAFTAR REFERENSI	56

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
5.1	Identifikasi Responden	20
5.2	Identifikasi Usaha Responden	22
5.3	Deskripsi Variabel Penelitian	25
5.4	Hasil Uji Validitas	28
5.5	Hasil Uji Reliabilitas	29
5.6	Regresi Pengaruh Pembelajaran Organisasi terhadap Produk Kreatif	30
5.7	Regresi Pengaruh Jejaring Kerja terhadap Diferensiasi Produk Kreatif	31
5.8	Pengaruh Kualitas Kepercayaan terhadap Teknik Kreatif	31
5.9	Regresi Berganda Pengaruh Produk Kreatif, Diferensiasi Produk, Teknik Kreatif terhadap Kinerja Organisasi	32
5.10	Pengaruh Kinerja Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing	33
5.11	Ringkasan Hasil Koefisien Determinasi	34
5.12	Ringkasan Hasil Uji F	36
5.13	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	38

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
2.1	Road map penelitian	6
2.2	Model Piktografis Proposisi 1	9
2.3	Model Piktografis Proposisi 2	10
2.4	Model Teoretikal Dasar	10
2.5	Model Peneliti Empiris	11

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik adalah proses penulisan gambar atau ragam hias pada media apapun dengan menggunakan lilin batik (*wax/malam*) sebagai perintang warna. Pada pembuatan batik, lilin batik (*malam*) diaplikasikan pada kain untuk mencegah penyerapan warna pada saat proses pewarnaan.

UNESCO mengakui batik tulis sebagai hasil budaya bangsa Indonesia karena pemerintah beserta rakyat Indonesia dinilai telah melakukan banyak langkah nyata untuk melindungi dan melestarikan batik secara turun temurun. Namun demikian eksistensi pengakuan tersebut bisa dicabut apabila kita tidak dapat melestarikannya.

Di khasanah pembatikan banyak yang mengira bahwa Semarang merupakan sentra batik di Jawa Tengah. Namun sampai saat ini belum ada yang menunjukkan Semarang memiliki tradisi batik, apalagi memiliki motif dan pakem yang jelas. Berdasar jejak sejarah batik di Semarang menurut Pepin Van Roojen, menemukan beberapa jenis batik dari Semarang seperti yang ditulis dalam bukunya berjudul *Batik Design* (1995). Ada kain sarung yang dibuat pada akhir abad ke-19 di Semarang. Sarung itu memiliki papan dan tumpal dengan ornament berupa bhuta atau sejenis daun pinus runcing asal Kashmir.

Mengenai penelusuran sejarah batik di Kota Semarang dapat dijadikan sebagai acuan yakni keberadaan Kampung Batik (saat ini tidak memungkinkan dikembangkan wilayah yang bisa menjadi sentra batik kota Semarang karena keterbatasan lahan dan penanganan yang kurang serius oleh pemerintah). Bukti lain, yang menunjukkan bahwa di Semarang pernah berkembang cukup pesat industri-industri kerajinan batik adalah laporan pemerintah kolonial Belanda. Dari laporan pemerintah Belanda tersebut dapat diketahui bahwa dari tahun 1919 sampai dengan tahun 1925, di Semarang terjadi peningkatan yang sangat pesat di sektor industri batik, baik jumlah industri maupun tenaga kerjanya.

Baru pada tahun 2010 Batik Semarangan mulai mendapatkan perhatian dari pemerintah Semarang dengan memberikan bantuan kepada pengrajin batik yang mulai tumbuh di wilayah Semarang yaitu dalam bentuk pameran, peralatan membatik, pelatihan membatik, dan modal. Bantuan ini bertujuan untuk menghidupkan kembali Batik Semarangan yang sudah lama tidak dikembangkan.

Saat ini sudah mulai bermunculan motif batik yang bisa mencirikan batik Semarangan yang menggambarkan landmark kota Semarang seperti Tugu Muda, Lawang Sewu, Gereja Blenduk, Cheng ho Neng Klenteng, Blekok Sronдол dan di HaKikan ada sekitar 50 motif batik seperti motif Batik Tahu Gimball, motif batik kuliner Lumpia, dan Motif Asem Arang.

Sampai saat ini posisi batik Semarangan masih dalam level embrio, berdasar penelitian yang dilakukan oleh Tjahjaningsih (2012), dan berdasar kondisi realita di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat kota Semarang sendiri dan masyarakat luas belum mengenal secara baik motif-motif batik khas Semarangan.

Untuk memposisikan batik Semarangan agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat diperlukan beberapa strategi untuk percepatan pertumbuhan batik Semarangan dengan mengembangkan keunggulan teknik kreatif yang spesifik, melakukan pembinaan dengan pendekatan *entrepreneurial marketing*, dan membangun aplikasi *cybermarketing*.

Usaha batik merupakan salah satu bentuk dari industri kreatif. Untuk membangun industri kreatif dengan mengembangkan keunggulan teknik kreatif yang spesifik dalam bentuk model proses produksi, alat-alat produksi dan efisiensi biaya yang bisa menghasilkan produk yang mempunyai keunikan, dan mampu bersaing dengan produk lain.

Konsep *entrepreneurial marketing* merupakan penggabungan konsep dari entrepreneurship dan marketing. Konsep entrepreneurship menurut Gardner (1990), berkenaan dengan isu-isu seperti penciptaan nilai, pertumbuhan, dan inovasi. Aspek sentral dalam *entrepreneurial marketing* adalah kemampuan untuk membuat sebuah perubahan ke arah yang lebih baik atau bernilai. Gardner (1994) menambahkan bahwa dalam *entrepreneurial marketing* dibutuhkan kedinamisan

yang faktor kunci nya adalah inovasi. *Entrepreneurial Marketing* sendiri merupakan teknik pemasaran yang disesuaikan dengan perusahaan berskala Usaha Kecil Menengah.

Agar batik Semarangan bisa dikenal oleh masyarakat secara lebih luas dan cepat juga diperlukan beberapa strategi untuk publikasi yang dapat mencirikan batik Semarangan dengan membangun aplikasi elektronik marketing atau biasa disebut cybermarketing. Cybermarketing digunakan oleh para netter (masyarakat pengguna internet) untuk menjelaskan suatu kegiatan pemasaran dengan menggunakan media internet agar dapat dikenal oleh orang dari seluruh penjuru dunia.

Berdasarkan pendampingan dan penelitian yang sudah dilakukan selama ini oleh Utomo, dkk (2013) dalam implementasi penggunaan *e-commerce* bagi IKM kluster Batik di kota Semarang sebagai salah satu upaya media promosi dan transaksi secara on-line dan penelitian yang dilakukan oleh Tjahjaningsih (2012) tentang posisi batik Semarangan di Jawa Tengah diperoleh permasalahan bahwa batik Semarangan masih berada dalam posisi embrio hal ini terjadi karena pengrajin batik Semarangan yang rata-rata merupakan IKM batik yang baru tumbuh. Untuk menaikkan posisi batik Semarangan ke posisi yang lebih tinggi diperlukan suatu strategi berupa **percepatan pembangunan. Percepatan pembangunan** dilakukan dengan strategi dalam bentuk **”GRAND DESIGN STRATEGI PERCEPATAN PENGEMBANGAN IKM BATIK SEMARANGAN BERBASIS KEUNGGULAN TEKNIK KREATIF YANG SPESIFIK”**.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. State Of The Art

Penelitian berkenaan dengan membangun strategi percepatan pertumbuhan posisi batik Semarang yang masih di level embrio untuk bisa tumbuh dilakukan dengan berdasar penelitian yang sudah dilakukan.

Keputusan perusahaan untuk berinovasi dan melakukan pilihan bentuk inovasi tidak dapat dipisahkan, maka diperlukan berbagai inovasi dalam mencapai kinerja. Inovasi yang dimaksud adalah strategi keunggulan produk, pengembangan produk, diferensiasi produk serta proses produksi yang tepat dapat mencapai kinerja suatu organisasi (Tjahjaningsih, 2010). Inovasi sebagai kegiatan utama entrepreneur berupa *pooling* dari hasil penemuan gagasan baru tentang produk, pasar, metode, teknik dan proses yang diharapkan dapat memperoleh keuntungan ekonomi.

Dalam disertasi Tjahjaningsih (2012) yang berjudul Strategi Peningkatan Kinerja Organisasi: Pengambilan Risiko Berinovasi Dan Orientasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik, menghasilkan temuan yang berhasil menjelaskan bahwa kinerja IKM batik di Provinsi Jawa Tengah dapat dicapai dengan meningkatkan orientasi keunggulan teknik kreatif yang spesifik. Hal ini berarti bahwa kreatifitas produk baru harus merupakan suatu kebaruan dan kebermaknaan. Model yang dikembangkan dengan strategi pengembangan produk baru, proses produksi, serta penggunaan teknologi baru untuk mempercepat proses produksi baru dengan tujuan efisiensi biaya.

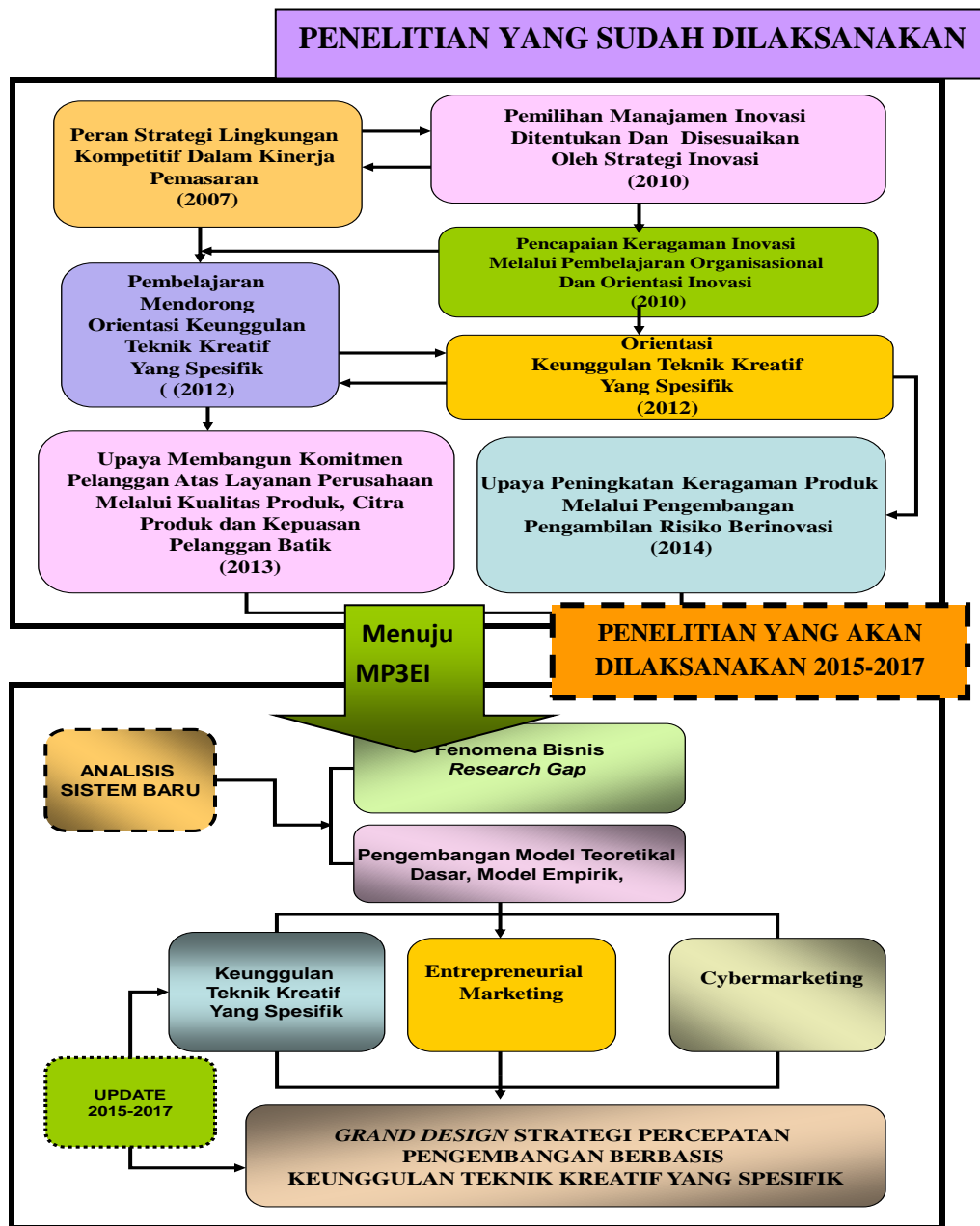
Penelitian yang berorientasi pada keunggulan teknik kreatif yang spesifik */orientation on the advantage of specific creative technique* dapat dihasilkan jika IKM batik sukses membangun, memelihara dan mengembangkan berbagai keunggulan yang spesifik sebagai hasil dari asset strategik yang dimiliki organisasi (Tjahjaningsih, 2012). Kreativitas merupakan kemampuan yang lebih dilakukan oleh individu/organisasi, sehingga merupakan kemampuan dalam melahirkan sesuatu yang baru baik mencakup ide/gagasan/ karya nyata yang

relatif berbeda. Dengan demikian kreativitas pada dasarnya menunjuk pada perilaku seseorang yang memiliki daya cipta atau kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru.

Dalam penelitian Tjahjaningsih (2013) dilihat dari sisi pelanggan sendiri dapat diketahui bahwa pelanggan akan memiliki komitmen yang tinggi terhadap IKM Batik jika pelanggan merasa puas dengan kualitas produk dan citra produk yang diberikan. Melihat fakta tersebut, maka pihak IKM Batik harus dapat mempertahankan potensi yang dimiliki untuk lebih meningkatkan strategi pemasarannya mengingat banyaknya pesaing batik. Dengan demikian jelas bahwa IKM batik Semarang dituntut mempunyai kualitas yang unggul dengan motif dan mencerminkan citra batik Semarang.

Sejalan dengan pesatnya perkembangan dan persaingan bisnis IKM dituntut untuk mengembangkan produk secara terus menerus untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk mencapai kesejahteraan jangka pendek maupun jangka panjang. Untuk itu diperlukan upaya-upaya berupa model kompetensi profesi dan adaptabilitas lingkungan organisasi bagi IKM sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing (Tjahjaningsih, 2014).

2.2 Peta Jalan (Road Map) Penelitian

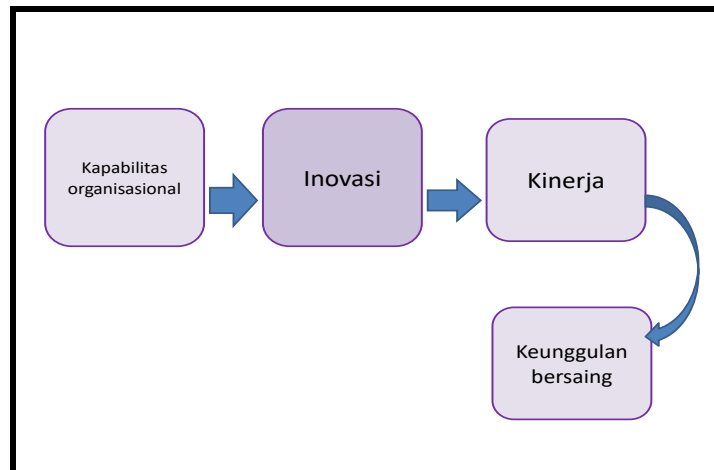


Gambar 2.1 Road map penelitian

Peta jalan penelitian untuk strategi percepatan pertumbuhan IKM batik Semarang di kancah pembatikan nasional agar bisa lebih dikenal secara luas maka pada Peta jalan penelitian tahun pertama membangun strategi percepatan pengembangan IKM menggunakan *keunggulan teknik kreatif yang spesifik*.

Road Map Tahun Pertama Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik

Kinerja IKM batik dapat dicapai jika dapat meningkatkan keunggulan bersaing. yang diwujudkan melalui kapabilitas organisasional yang dibangun melalui inovasi seperti model berikut:



Tahapan yang dilakukan dalam keunggulan teknik yang kreatif yang spesifik adalah sebagai berikut: (1) Mengembangkan kapabilitas organisasional melalui pembelajaran organisasional, kepercayaan dan jejaring sosial, dan (2) Mengembangkan keunggulan teknik yang kreatif yang spesifik berorientasi biaya melalui proses produksi, peralatan, dan teknik baru dengan biaya efisien.

Pembelajaran organisasional dilakukan sebagai perubahan organisasi atau perubahan budaya di mana segala bentuk pengetahuan dikombinasikan kembali menjadi suatu bentuk pengetahuan baru, yang menghasilkan sebuah kapasitas untuk menciptakan, mendapatkan pengetahuan, dan untuk memperbaharui skill, keahlian, dan kompetensi dari perusahaan. Garvin (1993) menjelaskan pembelajaran organisasional (*organizational learning*) sebagai proses dimana organisasi/perusahaan belajar untuk memiliki keahlian dalam menciptakan, mempelajari dan mentrasfer pengetahuan serta menyesuaikan sikap dari perusahaan untuk merefleksikan hasil belajar dari organisasi/perusahaan. Lopez, et al., (2005) memberikan hasil pembelajaran organisasional (*organizational learning*) berpengaruh positif terhadap inovasi dan daya saing serta peningkatan pada kinerja organisasi.

Ahuja (2000) menegaskan bahwa salah satu sumber daya organisasional yang penting dalam relasional adalah modal sosial (*social capital*) yang menunjukkan perlunya suatu organisasi untuk menjalin hubungan dengan organisasi lain. Modal sosial diperoleh dari anggota jejaring yang memberikan sumber daya dan informasi. Modal sosial ini menjelaskan proses dinamis bagaimana perusahaan mendapatkan, mencari berbagai atau menciptakan sumber daya yang bernilai dan sulit ditiru melalui jejaring dengan pihak luar. Struktur jejaring akan menentukan tindakan pelaku yang mempunyai implikasi kesejahteraan (*welfare*) yang diharapkan jangka pendek ataupun jangka panjang (Goyal, 2003). Menurut Tsai (2000) bahwa hubungan antar organisasi akan terus tumbuh dari nilai interaksi sosial antar organisasi tersebut.

Pembelajaran organisasional yang diikuti dengan diikuti dengan modal sosial dalam pengembangan usaha organisasi menjadi keharusan bagi IKM agar supaya usahanya dapat berlangsung secara terus menerus. Dengan adanya strategi kolaborasi antar fungsi dan antar partner akan membangun kapabilitas dan sumber daya yang baik, sehingga akan memperoleh keunggulan bersaing melalui proses inovasi untuk mewujudkan kinerja bisnis. Inovasi sebagai kegiatan utama entrepreneur berupa *pooling* dari hasil penemuan gagasan baru tentang produk, pasar, metode, teknik dan proses yang diharapkan dapat memperoleh keuntungan ekonomi. Sejalan dengan pesatnya perkembangan dan persaingan bisnis IKM dituntut untuk mengembangkan produk secara terus menerus untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk mencapai kesejahteraan jangka pendek maupun jangka panjang.

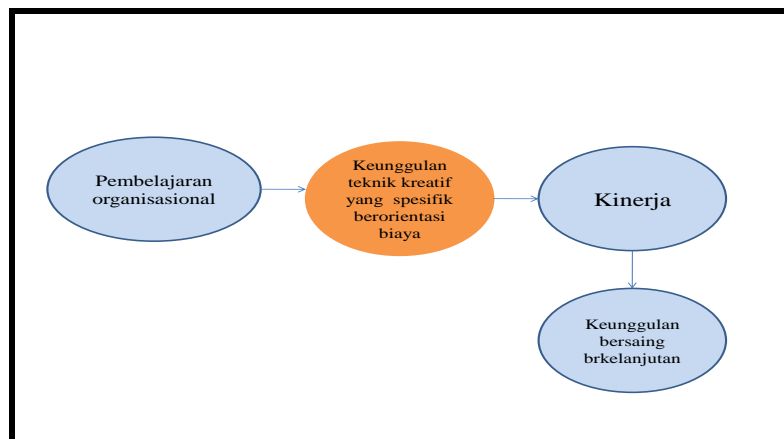
IKM batik Semarang masih mempunyai banyak permasalahan yang relative sama dengan permasalahan IKM di Provinsi Jawa Tengah maupun permasalahan secara nasional yaitu masalah produksi yaitu lemahnya pengetahuan akan teknologi (teknik kreatif) dan proses produksi, masalah manajerial keterbatasan sumber daya manusia, masalah terbatasnya kemampuan untuk mengakses permodalan dari perbankan, masalah pemasaran dengan sempitnya jangkauan IKM yang ada. Untuk menjawab permasalahan penelitian tersebut, dilakukan telaah pustaka yang mendalam tentang antededen keunggulan bersaing

(pembelajaran organisasional, modal sosial, kapabilitas organisasional, inovasi) dalam meningkatkan kinerja organisasi untuk selanjutnya menuju pada keunggulan bersaing berkelanjutan. Untuk itu dibuat 2 proposisi dan model teoretikal dasar sebagai berikut:

Proposisi 1:

Pembelajaran organisasional akan mempengaruhi kapabilitas organisasional yang dibangun melalui keunggulan teknik kreatif yang spesifik. Selanjutnya keunggulan teknik kreatif yang spesifik akan meningkatkan kinerja yang secara langsung meningkatkan keunggulan bersaing

Secara piktografis proposisi 1 disajikan dalam bentuk gambar sebagai berikut:



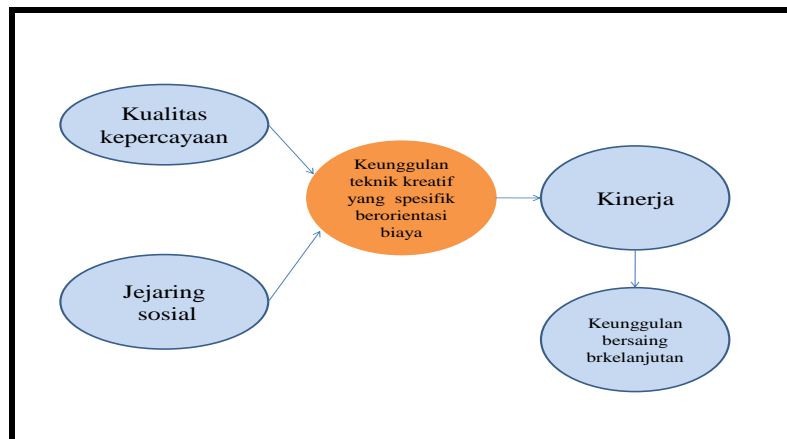
Gambar:2.2 Model Piktografis Proposisi 1

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2015)

Proposisi 2:

Modal sosial dibangun dengan kualitas jejaring sosial dan kualitas kepercayaan akan meningkatkan keunggulan teknik kreatif yang spesifik. Selanjutnya keunggulan teknik kreatif yang spesifik akan meningkatkan kinerja yang secara langsung meningkatkan keunggulan bersaing.

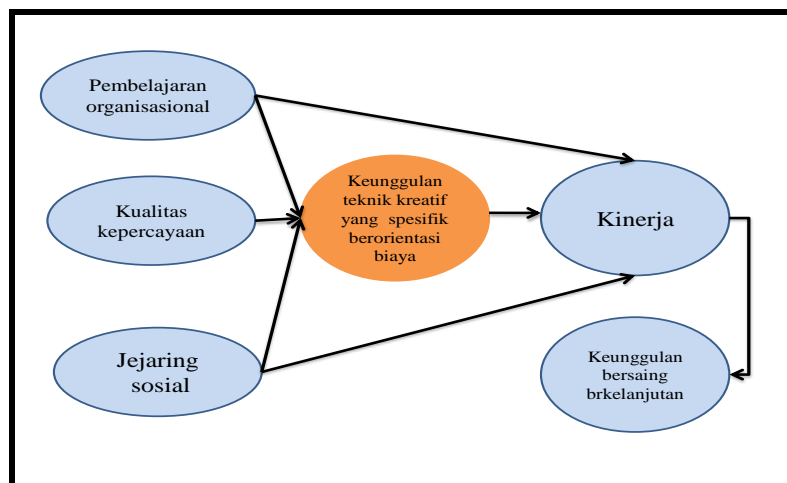
Secara piktografis proposisi 2 disajikan dalam bentuk gambar sebagai berikut:



Gambar:2.3 Model Piktografis Proposisi 2

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2015)

Sebuah model konseptual dikembangkan dalam bentuk model teoretikal dasar yang dibangun atas dasar kedua proposisi yang telah dikembangkan terlebih dahulu. Pokok-pokok pikiran yang dihasilkan dalam masing-masing proposisi tersebut serta saling keterkaitannya akan menghasilkan sebuah model teoretikal dasar yang secara piktografis dapat dilihat dalam gambar berikut ini:



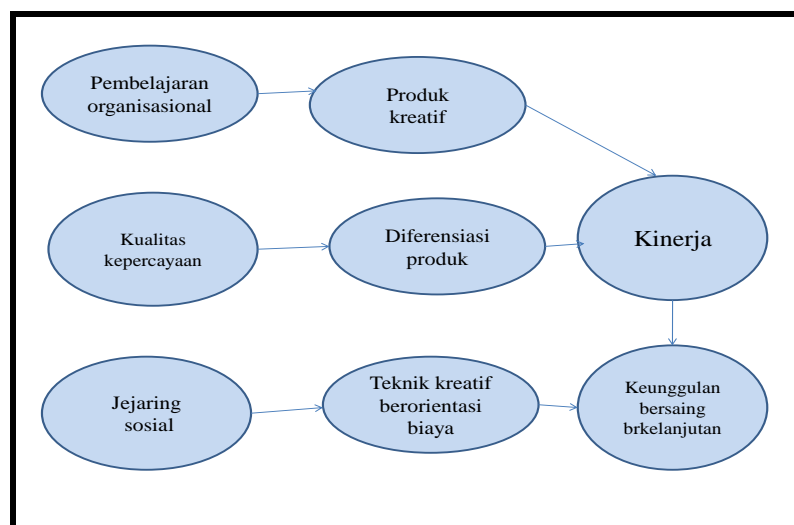
Gambar:2.4 Model Teoretikal Dasar

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2015)

Dari gambar diatas dapat dijelaskan logika teoretik/konseptual dari model teoretikal dasar yang dalam penelitian ini: Keunggulan bersaing berkelanjutan dapat dicapai jika usaha dapat meningkatkan kinerja. Kinerja dapat diwujudkan jika usaha mampu meningkatkan pembelajaran

organisasional, dan modal sosial yang dikembangkan melalui keunggulan teknik kreatif yang spesifik. Tjahjaningsih, 2012 memberikan hasil penelitian bahwa keunggulan teknik kreatif yang spesifik merupakan keunggulan dari produk kreatif, diferensiasi produk dan teknik kreatif berorientasi biaya,

Berdasarkan model teoretikal dasar tersebut kemudian dihasilkan model penelitian empiris yang terdiri dari hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar: 2.5 Model Penelitian Empiris

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2015)

Hipotesis Penelitian:

1. Semakin tinggi pembelajaran organisasional semakin tinggi produk kreatif
2. Semakin tinggi jejaring kerja semakin tinggi diferensiasi produk kreatif
3. Semakin tinggi kualitas kepercayaan semakin tinggi teknik kreatif
4. Semakin tinggi produk kreatif, diferensiasi produk, dan teknik kreatif semakin tinggi kinerja organisasi.
5. Semakin tinggi kinerja organisasi semakin tinggi keunggulan bersaing berkelanjutan

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Mengembangkan suatu strategi untuk percepatan pengembangan IKM batik semarangan yang berbasis *keunggulan teknik kreatif yang spesifik*.
2. Memberikan solusi dengan pendekatan teknik kreatif dari design, proses dan diferensiasi produk .
3. Mengupayakan sebuah wadah dalam bentuk griya karya kriya batik yang diharapkan dapat mentransfer knowledge, mengajak, membuka dan memperkenalkan teknik kreatif kepada pengrajin batik tulis semarangan.

Urgensi penelitian yang ingin dicapai adalah memposisikan batik semarangan yang saat ini pertumbuhannya masih dalam posisi embrio untuk bisa tumbuh dalam posisi yang lebih tinggi. Model strategi yang terbentuk menjadi acuan/rujukan dalam percepatan pengembangan industri kecil menengah tidak hanya pada industri batik tetapi diharapkan bisa diterapkan pada IKM pada umumnya.

3.2 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi keunggulan teknik kreatif yang spesifik diharapkan mampu menjadikan penguatan Industri Kecil Menengah (IKM) batik Semarang yang masih berada di posisi embrio dapat meningkat menuju posisi growth. Posisi growth ini bisa terwujud dengan langkah strategis percepatan pembangunan menggunakan model teknik kreatif yang spesifik.
2. Memberikan rangsangan bagi IKM batik Semarang agar segera berbenah diri untuk mengangkat kembali batik tersebut yang pernah mengalami kejayaan dimasa kolonial belanda.

3. Memberikan tambahan keterampilan teknik kreatif dan bisa mengembangkan kreatifitas dalam berinovasi.
4. Sebagai bahan kajian bagi pemerintah kota Semarang maupun Provinsi Jawa Tengah terkait percepatan pembangunan ekonomi di sektor industri tekstil khususnya batik tulis.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Jenis dan sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek, yakni data yang berupa opini, sikap, pengalaman, karakteristik seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (Indriantoro dan Supomo, 1999).

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis sumber data berdasarkan cara mendapatkannya :

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari responden melalui pertanyaan/kuesioner.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak ketiga. Data sekunder merupakan pendukung data primer. Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data yang dimiliki perusahaan, data dari Bappeda Provinsi Jawa Tengah, Bappeda Kota Semarang dan Dinperindag Provinsi Jawa Tengah.

4.2 Populasi

Untuk membangun keunggulan teknik yang kreatif yang spesifik sebelumnya harus dilakukan pengujian dengan populasi seluruh IKM batik di wilayah Semarang. Populasi adalah kumpulan individu atau obyek penelitian yang memiliki kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengrajin batik Semarangan di Kabupaten dan Kota Semarang dengan karakteristik mampu memproduksi batik sendiri (tidak hanya

menjual produk). Sesuai dengan data dari Bappeda Kabupaten Kota Semarang tahun 2014 dengan memenuhi kriteria yang ditentukan

4.3 Sampel dan Penentuan Ukuran Sampel

Pengambilan sampel untuk menentukan ukuran sampel dilakukan pada pengrajin batik Semarangan di Kabupaten dan Kota Semarang berdasarkan industri unggulan klater batik Semarangan di Provinsi Jawa Tengah digolongkan pada kondisi embryo/pemula (Bappeda Provinsi Jawa Tengah, 2009). Penentuan jumlah sampel berkisar 30 dan kurang dari 500 sesuai pendapat Sekaran (2006) yang menyatakan sudah dianggap mewakili. Metode pengumpulan data menggunakan angket atau *questionnaire*.

4.4 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel dimana peneliti memiliki kriteria atau tujuan tertentu terhadap sampel yang akan diteliti (Indriantoro dan Supomo, 1999). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah mampu memproduksi batik sendiri serta bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan.

Metode *purposive sampling* digunakan agar mendapatkan informasi akurat dari obyek yang tepat. Subyek dalam penelitian ini adalah pengrajin batik Semarangan berdasar pertimbangan bahwa sebagai orang yang paling berperan dan bertanggung jawab dalam membuat sekaligus mengelola secara keseluruhan baik masalah permodalan, pemasaran, maupun sumber daya manusianya.

4.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket atau *questionnaire*. Kuesioner adalah pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data. Kuesioner dalam penelitian ini yakni dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Setelah diberi kesempatan dalam jangka waktu

tertenu untuk mengisi daftar pertanyaan tersebut kemudian ditarik kembali oleh peneliti untuk dijadikan data primer bagi penelitian ini.

Kuesioner yang akan dibagikan kepada responden terdiri atas dua bagian sebagai berikut :

1. Bagian pertama terdiri atas pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan untuk mendapatkan data diri responden.
2. Bagian kedua digunakan untuk mendapatkan data tentang dimensionalisasi variabel-variabel dengan pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka. Pertanyaan tertutup dibuat dengan menggunakan skala 1-7, dimana skala 1 diberikan skor Sangat Tidak Setuju sekali (STSS) dan skala 7 diberikan skor Sangat Setuju Sekali (SSS) seperti dapat divisualisasikan berikut ini:

SANGAT TIDAK SETUJU SEKALI	1	2	3	4	5	6	7	SANGAT SETUJU SEKALI
-------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	-------------------------

4.6 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Teknik mengolah data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistika. Teknik pengolahan data menggunakan software SPSS 16.0 dan Microsoft excell 2007. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum tentang identifikasi responden dan deskripsi variabel. Identifikasi responden digunakan statistik deskriptif berupa analisis kecenderungan yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan, masa kerja, status kepemilikan rumah, dan karakteristik usaha responden berdasarkan bentuk organisasi usaha, lama usaha, kegiatan ekspor produknya ke negara lain, tipe usaha, hak paten usaha, cara mendapatkan usaha, maupun jumlah karyawan dalam usaha.

Deskripsi variabel menggambarkan tanggapan responden tentang kapabilitas oragnisasional, teknik kreatif yang spesik , dan kinerja. Dalam hal ini dilakukan analisis frekuensi relatif, rata-rata hitung, standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum variabel. Model untuk percepatan pertumbuhan positioning IKM Batik Semarang dari level embrio ke level growth

menggunakan strategi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik dapat dilihat seperti tersaji pada Gambar berikut ini:

4.7 Pengujian Instrumen Penelitian

4.7.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (*tes*) dalam melakukan fungsi ukurannya, Saifuddin Azwar (2000). Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurannya, atau memberikan hasil ukur, yang tepat dan sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Untuk menguji validitas dipergunakan Analisis Faktor (*Factor Analysis*) diolah dengan program komputer SPSS.

Menurut Ghazali (2001), kriteria pengujian Nilai *Kaiser-Mayer-Olkin Odecuary (Kaiser's MSA)* yang diisyaratkan agar data yang terkumpul dapat tepat dilakukan analisa faktor diatas 0,50 dan hal ini juga menunjukkan *Construct Validity* dari masing-masing variabel. Item yang akan dimasukkan dalam analisis akhir adalah item yang memiliki faktor loading lebih dari 0,40.

4.7.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana pengukuran relatif konisten apabila pengukurannya diulang dua kali atau lebih Reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan mempunyai reliabilitas yang baik atau tidak. Instrumen dikatakan mempunyai reliabilitas bila instrumen itu cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat penumpul data, Arikunto (2006). Teknik pengujian reliabilitas ini menggunakan teknik analisis yang dikembangkan oleh Alpha Cronbach. Ghazali (2001), mendasarkan bahwa pada uji ini α dinilai reliabel jika lebih besar dari 0,6. Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer SPSS. Hasil perhitungan menunjukkan reliable bila koefisien alpha lebih besar dari 0,6 artinya kuesioner dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian, Husein Umar (2003).

4.8 Teknik Analisa Data

4.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat dengan menentukan nilai Y (sebagai variabel dependen) dan untuk menaksir nilai-nilai yang berhubungan dengan X (sebagai variabel independen).

Untuk menganalisis hasil penelitian dan untuk membuktikan hipotesis maupun menguji kesesuaian model digunakan pendekatan Analisis Regresi Berganda dengan persamaan regresi t

4.8.2 Koefien Determinasi

Untuk menguji model penelitian ini adalah dengan menghitung koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu (Ghozali; 2002:45). Semakin besar R^2 suatu variabel independen menunjukkan semakin dominannya pengaruh terhadap variabel dependen, dan variabel independen mempunyai R^2 paling besar menunjukkan pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen. Besaran R^2 yang didefinisikan dikenal sebagai koefisien determinasi (sampel) dan merupakan besaran yang paling lazim digunakan untuk mengukur kebaikan sesuai (*goodness of fit*) garis regresi. Secara verbal, R^2 mengukur proporsi (bagian) atau persentase total variasi dalam variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh model regresi.

4.9 Pengujian Hipotesis

4.9.1 Uji signifikansi parameter individual (Uji statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, Ghazali (2001) Hipotesis yang diuji dalam Uji t adalah:

$H_0: \beta_i = 0$, artinya variabel independen secara individu tidak berpengaruh positif yang signifikan terhadap variabel dependennya.

$H_a: \beta_i \neq 0$, artinya variabel independen secara individu berpengaruh positif yang signifikan terhadap variabel dependennya.

Pengaruh suatu variabel dianggap signifikan jika taraf signifikansinya kurang dari 5%.

4.9.2 Uji signifikasi simultan (Uji statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara *bersama-sama* terhadap variabel terikat, (Ghazali, 2001). Hipotesis yang diuji dalam Uji F adalah:

$H_0: \beta_i = 0$, artinya semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh positif yang signifikan terhadap variabel terikat.

$H_i: \beta_i \neq 0$, artinya semua variabel independen secara simultan berpengaruh positif yang signifikan terhadap variabel dependen

Dengan kriteria, jika taraf signifikansi F hitung kurang dari 5%, maka model yang memasukkan variabel penelitian dinyatakan sudah tepat (*fit*).

BAB V

HASIL YANG DICAPAI

5.1 Identifikasi Responden

Sampel dalam penelitian ini adalah pengrajin batik Semarang di Kabupaten dan Kota Semarang berdasarkan industri unggulan klater batik Semarang yang digolongkan pada tahap embryo/pemula yang berjumlah 70 responden. Jumlah kuesioner yang disebarakan kepada pengrajin batik Semarang sebanyak 120 kuesioner. Jumlah kuesioner yang kembali dengan diisi secara lengkap sebanyak 70 eksemplar. Berdasarkan data dari kuesioner yang layak diolah sebanyak 70 eksemplar tersebut, kemudian diperoleh berbagai informasi mengenai jenis kelamin, umur, lama bekerja, pendidikan, dan status kepemilikan rumah.

Berikut adalah hasil identifikasi responden yang disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi responden sebagai berikut:

Tabel 5.1 Identifikasi Responden

Karakteristik Responden		Jumlah	(%)
1. Jenis Kelamin	Laki-laki	10	14,3
	Perempuan	60	85,7
2. Umur	Kurang dari 20 tahun	-	-
	21 s/d 30 tahun	2	2,9
	31 s/d 40 tahun	13	18,6
	41 s/d 50 tahun	33	47,1
	Lebih dari 50 tahun	22	13,4
3. Lama bekerja	< 1 tahun	2	2,9
	2 s/d 4 tahun	45	64,3
	5 s/d 7 tahun	18	25,7

	> 8 tahun	5	7,1
4. Pendidikan	SLTP sederajat	7	10
	SLTA sederajat	47	67,1
	Diploma / Sarjana	8	11,4
	Pasca sarjana	8	11,4
5. Status rumah	Sendiri	46	65,7
	Sewa	13	18,6
	Orang tua/klg	10	14,3
	Kontrak	1	1,4

Sumber: data primer diolah (2015)

Berdasarkan tabel 5.1, maka dapat disimpulkan karakteristik sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 60 orang (85,7%), ini mengindikasikan bahwa perempuan sebagai penopang ekonomi keluarga mampu berkiprah dalam usaha pembatikan sesuai dengan bakat yang dimiliki. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengrajin batik yang paling berperan dan bertanggung jawab dalam mengelola usaha batik Semarangan diduduki oleh kaum perempuan.

Umur responden sebagian besar pada rentang umur 41-50 tahun sebesar 33 responden (47,1%), sedangkan jumlah terkecil pada umur 21-30 tahun sebesar 2 orang (2,9%). Tingginya jumlah responden yang berumur 41-50 tahun disebabkan karena pada umur tersebut merupakan masa keemasan seseorang dalam menjalankan usahanya. Semakin senior seseorang maka semakin pula bertambah pengalamannya dan semakin efisien dan efektif dalam menjalankan usahanya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengrajin batik yang paling berperan dan bertanggung jawab dalam mengelola usaha batik Semarangan diduduki oleh pemilik yang relatif senior.

Menurut kategori pendidikan terakhir responden terbanyak berpendidikan SLTA sebesar 47 orang (67,1) dan terendah berpendidikan terakhir SLTP sebesar 10%. Tingginya responden yang berpendidikan SMA disebabkan pandangan bahwa lulusan SMA dianggap cukup mempunyai kemampuan untuk meneruskan usaha keluarga/memulai usaha baru. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa pengrajin batik yang paling berperan dan bertanggung jawab dalam mengelola usaha batik Semarangan diduduki oleh sebagian besar mempunyai latar belakang pendidikan terakhir SLTA

Berdasarkan identifikasi dapat diketahui bahwa responden hampir sebagian besar memiliki status kepemilikan rumah sendiri sebesar 46 responden (65,7%). Hal ini dapat dipahami dengan menjadi mempunyai usaha batik dengan lama bekerja yang cukup maka responden mampu untuk mempunyai rumah milik sendiri. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengrajin batik yang paling berperan dan bertanggung jawab dalam mengelola usaha batik Semarangan diduduki oleh sebagian besar mempunyai status rumah sendiri.

5.2 Identifikasi Usaha Responden

Berdasarkan hasil penelitian identifikasi usaha yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik pengrajin batik Semarangan berdasarkan bentuk organisasi usaha, lama perusahaan beroperasi, produk diekspor ke daerah/negara lain, tipe usaha, hak paten produk, cara mendapatkan usaha, tersaji seperti pada tabel 5.2 berikut ini:

Tabel 5.2 Identifikasi Usaha Responden

Karakteristik Usaha Responden		Jumlah	(%)
Bentuk Organisasi Usaha	Perseorangan	68	97,1
	CV	2	2,9
Lama Perusahaan Beroperasi	< 1 tahun	2	2,9
	2 s/d 4 tahun	45	64,3
	5 s/d 7 tahun	18	25,7
	> 8 tahun	5	7,1
Produk diekspor ke daerah/negara lain	Tidak	64	91,4
	Ya	6	8,6
Tipe Usaha	Manufaktur	70	0

	Retail	-	-
	Jasa	-	-
Hak paten produk	Tidak	66	94,3
	Ya	4	5,7
Cara Mendapatkan Usaha	Mendirikan sendiri	70	100
	Warisan keluarga	-	0
	Membeli	-	0
Jumlah Karyawan	0	20	28,6
	1-3	35	50
	4-6	8	11,4
	7-9	6	8,6
	>10	1	1,4

Sumber: data primer diolah (2015)

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa bentuk organisasi usaha responden usaha perseorangan sebanyak 68 responden (97,1%), hanya 2 responden (2,9%) yang berbentuk CV. Meskipun sebagian mempunyai latar belakang keluarga usaha yang sama/warisan keluarga yang dilanjutkan turun temurun. Berdasarkan informasi tersebut diketahui bahwa hampir semua usaha responden mempunyai bentuk organisasi usaha perseorangan. Para pengrajin/pemilik hanya sedikit yang menggunakan data statistik untuk membuat ramalan penjualan untuk perencanaan masa mendatang dan lebih banyak mengandalkan pada naluri bisnis dalam melakukan tindakan pengambilan keputusan usahanya. Sehingga berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa usaha pengrajin batik Semarangan sebagian besar mempunyai bentuk organisasi usaha milik sendiri/perseorangan.

Responden mendapatkan usaha dengan cara mendirikan sendiri sebesar 70 responden (100%). Kemungkinan yang paling relevan untuk menjelaskan fakta yang ada, yaitu responden ini mempunyai pengalaman yang cukup matang di bidang perbatikan yang diperoleh melalui orang tua, keluarga, lingkungan ataupun

bekerja pada perusahaan batik lain dan kemudian berdasarkan pengalaman yang dimiliki responden ini kemudian membuka usahanya sendiri. Sehingga berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa usaha pengrajin batik Semarangan semua mempunyai berasal dengan cara mendirikan sendiri.

Usaha responden yang mempunyai lama beroperasi 2-4 tahun sebesar 45 responden (64,3%) diikuti yang beroperasi 5-7 tahun sebesar 18 responden (25,7%). Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa usaha batik Semarangan baru mempunyai umur usaha yang relatif pendek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha pengrajin batik Semarangan sebagian besar mempunyai usaha beroperasi yang relatif pendek (baru tumbuh) yaitu antara 2-4 tahun.

Hampir sebagian besar responden tidak mengekspor produknya sebesar 64 responden (91,4%) dengan alasan belum siap, tidak mengetahui seluk beluk mengeskpor produk, tidak mempunyai kemampuan mengekspor dan belum banyak dukungan dari pemerintah untuk menjalankan kegiatan ekspor ke negara lain sedangkan sisanya 8,6% mengekspor produknya ke negara lain seperti Malaysia, atau daerah lain di Indonesia. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha pengrajin batik Semarangan hampir sebagian besar tidak mengekspor produknya.

Usaha responden semua pada tipe usaha manufaktur. Tingginya usaha responden yang terlibat dalam bidang manufaktur 70 responden (100%) karena sebageian besar mereka adalah produsen baik yang membuat sendiri produk batiknya baik berupa lembaran kain, batik cap ataupun batik printing. Selain membuat produk responden juga membuat pakaian jadi dan keragaman produk lainnya yang siap untuk dipasarkan dan sebageian juga menjadi ritel untuk produknya sendiri. Beberapa pengrajin batik Semarangan tersebut juga memiliki *showroom*/galeri sendiri untuk memamerkan dan menjual produknya baik yang dikelola sendiri maupun di lokasi pembuatan batik dan juga showroom di Kampung Batik yang kurang baik perawatannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha pengrajin batik Semarangan mempunyai tipe usaha manufaktur.

Usaha responden hampir sebagian besar tidak mempunyai hak paten sebesar 64 responden (91,4%) dengan alasan belum terpikirkan, tidak tahu

prosedurnya, belum mengajukan, usaha dengan motif batik kedaerahan, masih dalam proses pengurusan dan kurang bantuan dari pemerintah untuk mendukung pembuatan hak paten sedangkan yang mempunyai hak paten baru sebesar 4 responden (5,7%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha pengrajin batik Semarangan hampir sebagian besar tidak mempunyai hak paten.

Menurut kategori jumlah karyawan, responden yang terbanyak mempunyai jumlah karyawan yaitu 1-3 orang sebanyak 35 responden (50%). Sebagian besar usaha mempunyai karyawan yang berasal dari keluarga sendiri (suami dan anak) untuk lebih efisien dalam menggunakan tenaga kerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha pengrajin batik Semarangan hampir sebagian besar hanya mempunyai mempunyai jumlah karyawan yang kecil yaitu sebanyak 1-3orang baik yang bekerja penuh waktu maupun paruh waktu.

5.3 Deskripsi Variabel

Analisis deskriptif ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi atas data yang dikumpulkan dalam penelitian. Jenis statistik deskriptif dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis indeks atau nilai rata-rata total. Untuk mendapatkan gambaran persepsi responden mengenai variabel yang diteliti, penelitian ini menggunakan kriteria tiga kotak (*three boxes methods*) dengan rentang interpretasi nilai sebagai berikut (Ferdinand, 2006):

$$(7 - 1)/3 = 2$$

Namun dengan mempertimbangkan fakta pengisian skor di lapangan maka rentang untuk total skor masing-masing adalah

- 1,00 - 3,00 : Rendah
- 3,01 - 5,00 : Sedang
- 5,01 - 7,00 : Tinggi

Berdasar hasil penelitian pada pengrajin batik Semarangan maka masing-masing deskripsi variabel sebagai berikut:

Tabel 5.3 Deskripsi Variabel Penelitian

	PO	JK	KK	PK	DPK	TKBB	KO	KBB
N Valid	70	70	70	70	70	70	70	70
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.8929	3.8786	3.8786	3.9429	3.9954	3.8807	3.8607	3.8047
Median	3.8750	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	3.8350
Mode	3.75	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation	.52228	.51207	.51207	.60369	.56647	.60850	.42271	.54335
Minimum	2.50	3.00	3.00	2.00	2.33	2.00	3.00	2.00
Maximum	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.75	5.00
Sum	272.50	271.50	271.50	276.00	279.68	271.65	270.25	266.33

Sumber: data primer diolah (2015)

Berdasarkan Tabel 5.3 dapat diperoleh informasi pada indikator penelitian variabel pembelajaran organisasional, jawaban responden terbanyak rata-rata adalah 3,73 dengan rata-rata minimum 2,5 dan rata-rata maximum 5, nilai standart deviasi lebih besar dari 0 yang menunjukkan jawaban responden relatif beragam. Rata-rata total/indeks jawaban responden sebesar 3,8 yang memberi informasi bahwa responden memiliki tingkat pembelajaran organisasional sedang. Hasil ini bermakna bahwa individu cukup mampu menyesuaikan pembelajaran organisasional.

Jawaban responden terbanyak pada indikator penelitian variabel jejaring kerja rata-rata adalah 4 dengan rata-rata minimum 3,5 dan rata-rata maximum 5, nilai standart deviasi lebih besar dari 0 yang menunjukkan jawaban responden relatif beragam. Rata-rata total/indeks jawaban responden sebesar 3,8 yang memberi informasi bahwa responden memiliki tingkat jejaring kerja sedang. Hasil ini bermakna bahwa individu cukup mampu menyesuaikan jejaring kerja.

Jawaban responden terbanyak pada indikator penelitian variabel kualitas kepercayaan rata-rata adalah 4 dengan rata-rata minimum 3 dan rata-rata maximum 5, nilai standart deviasi lebih besar dari 0 yang menunjukkan jawaban responden relatif beragam. Rata-rata total/indeks jawaban responden sebesar 3,8 yang memberi informasi bahwa responden memiliki tingkat kualitas kepercayaan sedang. Hasil ini bermakna bahwa individu cukup mampu menyesuaikan kualitas kepercayaan.

Jawaban responden terbanyak pada indikator penelitian variabel produk kreatif rata-rata adalah 4 dengan rata-rata minimum 3 dan rata-rata maximum 5, nilai standart deviasi lebih besar dari 0 yang menunjukkan jawaban responden relatif beragam. Rata-rata total/indeks jawaban responden sebesar 3,9 yang memberi informasi bahwa responden memiliki tingkat produk kreatif sedang. Hasil ini bermakna bahwa individu cukup mampu menyesuaikan produk kreatif.

Jawaban responden terbanyak pada indikator penelitian variabel diferensiasi produk kreatif rata-rata adalah 4 dengan rata-rata minimum 2,3 dan rata-rata maximum 5, nilai standart deviasi lebih besar dari 0 yang menunjukkan jawaban responden relatif beragam. Rata-rata total/indeks jawaban responden sebesar 3,9 yang memberi informasi bahwa responden memiliki tingkat diferensiasi produk kreatif sedang. Hasil ini bermakna bahwa individu cukup mampu menyesuaikan diferensiasi produk kreatif.

Jawaban responden terbanyak pada indikator penelitian variabel teknik kreatif spesifik berorientasi rata-rata adalah 4 dengan rata-rata minimum 2 dan rata-rata maximum 4,5, nilai standart deviasi lebih besar dari 0 yang menunjukkan jawaban responden relatif beragam. Rata-rata total/indeks jawaban responden sebesar 3,8 yang memberi informasi bahwa responden memiliki tingkat teknik kreatif spesifik berorientasi biaya sedang. Hasil ini bermakna bahwa individu cukup mampu menyesuaikan teknik kreatif spesifik berorientasi biaya.

Jawaban responden terbanyak pada indikator penelitian variabel kinerja organisasi rata-rata adalah 4 dengan rata-rata minimum 3 dan rata-rata maximum 4,75, nilai standart deviasi lebih besar dari 0 yang menunjukkan jawaban responden relatif beragam. Rata-rata total/indeks jawaban responden sebesar 3,8

yang memberi informasi bahwa responden memiliki tingkat kinerja organisasi sedang. Hasil ini bermakna bahwa individu cukup mampu menyesuaikan kinerja organisasi.

Jawaban responden terbanyak pada indikator penelitian variabel keunggulan bersaing berkelanjutan rata-rata adalah 4 dengan rata-rata minimum 2 dan rata-rata maximum 5, nilai standart deviasi lebih besar dari 0 yang menunjukkan jawaban responden relatif beragam. Rata-rata total/indeks jawaban responden sebesar 3,8 yang memberi informasi bahwa responden memiliki tingkat keunggulan bersaing berkelanjutan sedang. Hasil ini bermakna bahwa individu cukup mampu menyesuaikan keunggulan bersaing berkelanjutan.

5.4 Uji Kelayakan Instrumen

5.4.1 Uji Validitas

Untuk menguji validitas item-item pertanyaan kuesioner digunakan analisis faktor. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila mempunyai *loading factor* (komponen matrik) lebih besar dari 0,40 dan mempunyai KMO lebih besar dari 0,5. Hasil pengujian validitas selengkapnya adalah:

Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	KMO	Indikator	Loading Faktor	Rule of Thumb	Ket
1. Pembelajaran Organisasi (X1)	0,637	X1.1	0,742	0,40	Valid
		X1.2	0,742	0,40	Valid
		X1.3	0,739	0,40	Valid
		X1.4	0,661	0,40	Valid
2. Jejaring Kerja (X2)	0,710	X2.1	0,860	0,40	Valid
		X2.2	0,788	0,40	Valid
		X2.3	0,660	0,40	Valid
		X2.4	0,682	0,40	Valid
3. Kualitas Kepercayaan (X3)	0,756	X3.1	0,701	0,40	Valid
		X3.2	0,808	0,40	Valid
		X3.3	0,838	0,40	Valid
		X3.4	0,700	0,40	Valid
4. Produk Kreatif (Y1)	0,614	Y1.1	0,806	0,40	Valid
		Y1.2	0,769	0,40	Valid
		Y1.3	0,809	0,40	Valid

		Y1.4	0,749	0,40	Valid
5. Diferensiasi Produk Kreatif (Y2)	0,632	Y2.1	0,737	0,40	Valid
		Y2.2	0,720	0,40	Valid
		Y2.3	0,791	0,40	Valid
6. Teknik Kreatif (Y3)	0,689	Y3.1	0,807	0,40	Valid
		Y3.2	0,851	0,40	Valid
		Y3.3	0,814	0,40	Valid
7. Kinerja Organisasi (Y4)	0,552	Y4.1	0,729	0,40	Valid
		Y4.2	0,609	0,40	Valid
		Y4.3	0,745	0,40	Valid
		Y4.4	0,670	0,40	Valid
8. Keunggulan Bersaing (Y5)	0,617	Y5.1	0,806	0,40	Valid
		Y5.2	0,659	0,40	Valid
		Y5.3	0,815	0,40	Valid

Sumber: Output SPSS (2015)

Berdasarkan tabel 5.4, hasil pengujian validitas terhadap item-item dalam kuesioner diketahui nilai KMO pembelajaran organisasional sebesar 0,637, nilai KMO jejaring kerja sebesar 0,710, nilai KMO kualitas kepercayaan sebesar 0,756, nilai KMO produk kreatif sebesar 0,614, nilai KMO diferensiasi produk sebesar 0,632, nilai KMO teknik kreatif sebesar 0,689, nilai KMO kinerja organisasi sebesar 0,552 dan nilai KMO keunggulan bersaing 0,617, berarti semua variabel mempunyai kecukupan sampel yang baik, sedangkan dari nilai *loading factor* item masing-masing variabel lebih dari 0,40 ($> 0,4$), hal ini berarti seluruh item pertanyaan dinyatakan valid, sehingga tidak ada item pertanyaan yang dihapus dan semua item pertanyaan dapat digunakan pada pengujian model keseluruhan.

5.4.2 Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Alpha Cronbach* 0,7, dimana suatu alat ukur dinyatakan reliabel apabila hasil dari perhitungan alpha di atas 0,7.

Tabel 5.5 Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Pengambilan Keputusan	
		Alpha > 0,7	Keterangan

Pembelajaran Organisasional	0,688	0,688 > 0,7	Reliabel / Handal
Jejaring Kerja	0,736	0,736 > 0,7	Reliabel / Handal
Kualitas Kepercayaan	0,756	0,756 > 0,7	Reliabel / Handal
Produk Kreatif	0,788	0,788 > 0,7	Reliabel / Handal
Diferensiasi Produk	0,611	0,611 > 0,7	Reliabel / Handal
Teknik Kreatif	0,753	0,753 > 0,7	Reliabel / Handal
Kinerja Organisasi	0,624	0,624 > 0,7	Reliabel / Handal
Keunggulan Bersaing	0,641	0,641 > 0,7	Reliabel / Handal

Sumber: Output SPSS (2015)

Dari hasil pengujian data yang sudah dilakukan terlihat nilai alpha dari masing-masing variabel di atas angka 0,7 ($> 0,7$). Dengan demikian kuesioner pembelajaran organisasional, jejaring kerja, kualitas kepercayaan, produk kreatif, diferensiasi produk, teknik kreatif kinerja organisasi, keunggulan bersaing adalah reliabel, dan selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai alat pengukur dalam penelitian ini.

5.5 Analisis Data

5.5.1 Analisis Regresi Pengaruh Pembelajaran Organisasional terhadap Produk Kreatif (Model 1)

Berdasarkan perhitungan regresi pengaruh Pembelajaran Organisasional (X1) terhadap Produk Kreatif (Y1) dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.6 Regresi Pengaruh Pembelajaran Organisasional terhadap Produk Kreatif

Model	Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,528	0,359		1,474	0,145
	Pembelajaran Org	0,877	0,091	0,759	9,608	0,000

Sumber: Output SPSS (2015)

Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari nilai koefisien beta (*standardized coefficients*). Selanjutnya dapat dimasukkan ke dalam formulasi persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_1 = 0,759 X_1$$

Hasil tersebut dapat diinterpretasikan bahwa koefisien regresi dari variabel Pembelajaran Organisasional bertanda positif yang dapat diartikan adanya peningkatan Pembelajaran Organisasional akan meningkatkan Produk Kreatif. Setiap kenaikan atau penurunan pada variabel tersebut akan menyebabkan kenaikan atau penurunan nilai pada variabel terikatnya yaitu Produk Kreatif.

5.5.2 Analisis Regresi Pengaruh Jejaring Kerja terhadap Diferensiasi Produk Kreatif (Model 2)

Perhitungan regresi pengaruh Jejaring Kerja (X2) terhadap Diferensiasi Produk Kreatif (Y2) dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.7 Regresi Pengaruh Jejaring Kerja terhadap Diferensiasi Produk Kreatif

Mode 1	Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
2	(Constant)	2,519	0,493		5,113	0,000
	Jejaring Kerja	0,381	0,126	0,344	0,344	0,004

Sumber: Output SPSS (2015)

Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari nilai koefisien beta (*standardized coefficients*). Selanjutnya dapat dimasukkan ke dalam formulasi persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_2 = 0,344 X_2$$

Hasil tersebut dapat diinterpretasikan bahwa koefisien regresi dari variabel Jejaring Kerja bertanda positif yang dapat diartikan adanya peningkatan Jejaring

Kerja akan meningkatkan Diferensiasi Produk Kreatif. Setiap kenaikan atau penurunan pada variabel tersebut akan menyebabkan kenaikan atau penurunan nilai pada variabel terikatnya yaitu Diferensiasi Produk Kreatif (Y2)

5.5.3 Analisis Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Kepercayaan terhadap Teknik Kreatif (Model 3)

Perhitungan regresi pengaruh Kualitas Kepercayaan (X3) terhadap Teknik Kreatif (Y3) dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.8 Pengaruh Kualitas Kepercayaan terhadap Teknik Kreatif

Model	Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
3	(Constant)	0,975	0,438		2,228	0,029
	Kualitas Kepercayaan	0,749	0,112	0,631	6,699	0,000

Sumber: Output SPSS (2015)

Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari nilai koefisien beta (*standardized coefficients*). Selanjutnya dapat dimasukkan ke dalam formulasi persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_3 = 0,631 X_3$$

Hasil tersebut dapat diinterpretasikan bahwa koefisien regresi dari variabel Kualitas Kepercayaan bertanda positif yang dapat diartikan adanya peningkatan Kualitas Kepercayaan akan meningkatkan Teknik Kreatif. Setiap kenaikan atau penurunan pada variabel tersebut akan menyebabkan kenaikan atau penurunan nilai pada variabel terikatnya yaitu Teknik Kreatif.

5.5.4 Analisis Regresi Berganda Pengaruh Produk Kreatif, Diferensiasi Produk, dan Teknik Kreatif terhadap Kinerja Organisasi (Model 4)

Perhitungan regresi berganda pengaruh produk kreatif, diferensiasi produk, dan teknik kreatif terhadap kinerja organisasi dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.9 Regresi Berganda Pengaruh Produk Kreatif, Diferensiasi Produk, Teknik Kreatif terhadap Kinerja Organisasi

Model	Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
4	(Constant)	1,391	0,321		4,326	0,000
	Produk Kreatif	0,162	0,076	0,232	2,131	0,037
	Diferensiasi Produk	0,153	0,069	0,206	2,219	0,030
	Teknik Kreatif	0,314	0,074	0,452	4,326	0,000

Sumber: Output SPSS (2015)

Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari nilai koefisien beta (*standardized coefficients*) dapat dimasukkan ke dalam formulasi persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_4 = 0,232 X_1 + 0,206 X_2 + 0,452 X_3$$

Hasil tersebut dapat diinterpretasikan bahwa koefisien regresi dari variabel Produk Kreatif, Diferensiasi Produk, dan Teknik Kreatif bertanda positif yang dapat diartikan adanya peningkatan Produk Kreatif, Diferensiasi Produk, dan Teknik Kreatif akan meningkatkan Kinerja Organisasi. Setiap kenaikan atau penurunan pada variabel tersebut akan menyebabkan kenaikan atau penurunan nilai pada variabel terikatnya yaitu Kinerja Organisasi. Sedangkan sumbangan terbesar terhadap Teknik Kreatif adalah variabel Kinerja Organisasi kepuasan sebesar 0,452.

5.5.5 Analisis Regresi Berganda Pengaruh Kinerja Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing (Model 5)

Perhitungan regresi pengaruh Kinerja Organisasi (Y4) terhadap Keunggulan Bersaing (Y5) dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.10 Pengaruh Kinerja Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing

Model	Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
5	(Constant)	3,645	0,605		6,024	0,000
	Kinerja Organisasi	0,041	0,156	0,032	0,266	0,791

Sumber: Output SPSS (2015)

Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari nilai koefisien beta (*standardized coefficients*). Selanjutnya dapat dimasukkan ke dalam formulasi persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y5 = 0,032 Y4$$

Hasil tersebut dapat diinterpretasikan bahwa koefisien regresi dari variabel Kinerja Organisasi bertanda positif yang dapat diartikan adanya peningkatan Kinerja Organisasi akan meningkatkan Keunggulan Bersaing. Setiap kenaikan atau penurunan pada variabel tersebut akan menyebabkan kenaikan atau penurunan nilai pada variabel terikatnya yaitu Keunggulan Bersaing.

5.6 Pengujian Model (*Goodness of Fit*)

Pengujian model dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2) dan uji F. Koefisien determinasi (*Adjusted R square*) adalah untuk melihat kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel tergantung. Jika R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variasi variabel tergantung semakin besar. Sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui apakah

model yang digunakan dalam analisis ini fit atau tidak. Berikut pengujian model selengkapnya:

a. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan menggunakan program SPSS, besarnya koefisien determinasi adalah terlihat seperti pada tabel berikut:

Tabel 5.11
Ringkasan Hasil Koefisien Determinasi

No	Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	Pengaruh Pembelajaran Organisasional terhadap Produk Kreatif (Model 1)	0,759	0,576	0,570
2	Pengaruh Jejaring Kerja terhadap Diferensiasi Produk Kreatif (Model 2)	0,344	0,118	0,105
3	Pengaruh Kualitas Kepercayaan terhadap Teknik Kreatif (Model 3)	0,631	0,398	0,389
4	Pengaruh Produk Kreatif, Diferensiasi Produk, dan Teknik Kreatif terhadap Kinerja Organisasi (Model 4)	0,710	0,505	0,482
5	Pengaruh Kinerja Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing (Model 5)	0,032	0,001	-0,014

Sumber: Output SPSS (2015)

Berdasarkan tabel 5.12 maka model 1 nilai *Adjusted R Square* adalah 0,570, berarti sebesar 57% perubahan dari variabel Produk Kreatif dapat dijelaskan oleh variabel Pembelajaran Organisasional di dalam model, sedangkan sisanya sebesar 43% dijelaskan di luar model tersebut di atas.

Model 2 nilai *Adjusted R Square* adalah 0,105, berarti sebesar 10,5% perubahan dari variabel Diferensiasi Produk Kreatif dapat dijelaskan oleh

variabel Jejaring Kerja di dalam model, sedangkan sisanya sebesar 89,5% dijelaskan di luar model tersebut di atas.

Model 3 nilai *Adjusted R Square* adalah 0,389, berarti sebesar 38,9% perubahan dari variabel Teknik Kreatif dapat dijelaskan oleh variabel Jejaring Kerja di dalam model, sedangkan sisanya sebesar 62,1% dijelaskan di luar model tersebut di atas.

Model 4 nilai *Adjusted R Square* adalah 0,482, berarti sebesar 48,2% perubahan dari variabel Kinerja Organisasi Diferensiasi Produk Kreatif dapat dijelaskan oleh variabel Produk Kreatif, Diferensiasi Produk, dan Teknik Kreatif di dalam model, sedangkan sisanya sebesar 51,8% dijelaskan di luar model tersebut di atas.

Model 5 nilai *Adjusted R Square* adalah -0,014, berarti sebesar 1,4% perubahan dari variabel Keunggulan Bersaing dapat dijelaskan oleh variabel Kinerja Organisasi di dalam model, sedangkan sisanya sebesar 89,6% dijelaskan di luar model tersebut di atas.

b. Uji F

Pengujian dengan uji F digunakan untuk membuktikan apakah secara simultan semua variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menunjukkan hasil seperti pada tabel berikut:

Tabel 5.12 Ringkasan Hasil Uji F

No	Model	Nilai F	Nilai sig F	Kesimpulan
1	Pengaruh Pembelajaran Organisasional terhadap Produk Kreatif (Model 1)	92,320	0,000	Memenuhi persyaratan
2	Pengaruh Jejaring Kerja terhadap Diferensiasi Produk Kreatif (Model 2)	9,130	0,004	Memenuhi persyaratan
3	Pengaruh Kualitas Kepercayaan terhadap Teknik Kreatif (Model 3)	44,872	0,000	Memenuhi persyaratan
4	Pengaruh Produk Kreatif, Diferensiasi Produk, dan Teknik Kreatif terhadap Kinerja Organisasi (Model 4)	22,426	0,000	Memenuhi persyaratan
5	Pengaruh Kinerja Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing (Model 5)	0,071	0,791	Tidak Memenuhi persyaratan

Sumber: Output SPSS (2015)

Berdasarkan analisis pada tabel 5.12 maka model 1 diperoleh nilai F sebesar dengan tingkat signifikansi sebesar jauh lebih kecil dari 0,01 ($0,000 < 0,05$), maka model tersebut memenuhi persyaratan *Goodness of Fit*, sehingga dapat digunakan menjelaskan pengaruh Pembelajaran Organisasional terhadap Produk Kreatif. Dengan demikian, Pembelajaran Organisasional mempunyai pengaruh signifikan terhadap Produk Kreatif.

Berdasarkan analisis pada tabel maka model 2 diperoleh nilai F sebesar dengan tingkat signifikansi sebesar jauh lebih kecil dari 0,01 ($0,004 < 0,05$), maka model tersebut memenuhi persyaratan *Goodness of Fit*, sehingga dapat digunakan menjelaskan pengaruh Jejaring Kerja terhadap Diferensiasi Produk

Kreatif. Dengan demikian, Jejaring Kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap Diferensiasi Produk Kreatif.

Berdasarkan analisis pada tabel maka model 3 diperoleh nilai F sebesar dengan tingkat signifikansi sebesar jauh lebih kecil dari 0,01 ($0,791 < 0,05$), maka model tersebut memenuhi persyaratan *Goodness of Fit*, sehingga dapat digunakan menjelaskan pengaruh Kualitas Kepercayaan . Dengan demikian, Kualitas Kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Teknik Kreatif.

Berdasarkan analisis pada tabel maka model 4 diperoleh nilai F sebesar dengan tingkat signifikansi sebesar jauh lebih kecil dari 0,01 ($0,000 < 0,05$), maka model tersebut memenuhi persyaratan *Goodness of Fit*, sehingga dapat digunakan menjelaskan pengaruh Produk Kreatif, Diferensiasi Produk, dan Teknik Kreatif terhadap Kinerja Organisasi. Dengan demikian, Produk Kreatif, Diferensiasi Produk, dan Teknik Kreatif secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kinerja Organisasi.

Berdasarkan analisis pada tabel maka model 5 diperoleh nilai F sebesar dengan tingkat signifikansi sebesar jauh lebih kecil dari 0,01 ($0,000 < 0,05$), maka model tersebut memenuhi persyaratan *Goodness of Fit*, sehingga dapat digunakan menjelaskan pengaruh Kinerja Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan demikian, Kinerja Organisasi terhadap mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

5.7 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji berarti tidaknya pengaruh variabel bebas yang terdiri dari pembelajaran organisasional, jejaring kerja, kualitas kepercayaan, terhadap variable terikat. Untuk menguji hipotesis-hipotesis yang diujikan dilakukan melalui uji t. Hasil uji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5.13
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Beta (Standardized Coefficients)	Nilai sig t	Kesimpulan
1	Hipotesis 1 (H1)	0,759	0,000	H1 diterima
2	Hipotesis 2 (H2)	0,344	0,004	H2 diterima
3	Hipotesis 3 (H3)	0,631	0,000	H3 diterima
4	Hipotesis 4 (H4)	0,232	0,037	H4 diterima
5	Hipotesis 5 (H5)	0,206	0,030	H5 diterima
6	Hipotesis 6 (H6)	0,452	0,000	H6 diterima
7	Hipotesis 7 (H7)	0,032	0,791	H7 ditolak

Sumber: Output SPSS (2015)

H1: Pengaruh Pembelajaran Organisasional terhadap Produk Kreatif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *beta standardized coefficient* sebesar 0,759 bertanda positif dan taraf signifikansinya sebesar 0,000 masih jauh dibawah 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dengan demikian terbukti bahwa hipotesis 1 **diterima**, artinya Pembelajaran Organisasional berpengaruh positif signifikan terhadap Produk Kreatif. Dengan demikian, semakin tinggi Pembelajaran Organisasional maka akan semakin tinggi Produk Kreatif.

H2: Pengaruh Jejaring Kerja terhadap Diferensiasi Produk Kreatif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *beta standardized coefficient* sebesar 0,344 bertanda positif dan taraf signifikansinya sebesar 0,004 di bawah 0,05 ($0,004 < 0,05$), maka dengan demikian terbukti bahwa hipotesis 2 **diterima**, artinya Jejaring Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Diferensiasi Produk Kreatif Dengan demikian, semakin tinggi Jejaring Kerja maka akan semakin tinggi Diferensiasi Produk Kreatif.

H3: Pengaruh Kualitas Kepercayaan terhadap Teknik Kreatif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *beta standardized coefficient* sebesar 0,631 bertanda positif dan taraf signifikansinya sebesar 0,000 masih jauh dibawah 0,05 ($0,000 < 0,01$), maka dengan demikian terbukti

bahwa hipotesis 1 **diterima**, artinya Kualitas Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Teknik Kreatif . Dengan demikian, semakin tinggi Kualitas Kepercayaan maka akan semakin tinggi Teknik Kreatif.

H4: Pengaruh Produk Kreatif terhadap Kinerja Organisasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *beta standardized coefficient* sebesar 0,032 bertanda positif dan taraf signifikansinya sebesar 0,000 masih jauh dibawah 0,05 ($0,037 < 0,05$), maka dengan demikian terbukti bahwa hipotesis 1 **diterima**, artinya Produk Kreatif berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Organisasi. Dengan demikian, semakin tinggi Produk Kreatif maka akan semakin tinggi Kinerja Organisasi.

H5: Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kinerja Organisasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *beta standardized coefficient* sebesar 0,206 bertanda positif dan taraf signifikansinya sebesar 0,030 masih jauh dibawah 0,05 ($0,030 < 0,05$), maka dengan demikian terbukti bahwa hipotesis 1 **diterima**, artinya Diferensiasi Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Organisasi. Dengan demikian, semakin tinggi Diferensiasi Produk maka akan semakin tinggi Kinerja Organisasi.

H6: Pengaruh Teknik Kreatif terhadap Kinerja Organisasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *beta standardized coefficient* sebesar 0,452 bertanda positif dan taraf signifikansinya sebesar 0,000 masih jauh dibawah 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dengan demikian terbukti bahwa hipotesis 1 **diterima**, artinya Teknik Kreatif berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Organisasi. Dengan demikian, semakin tinggi Teknik Kreatif maka akan semakin tinggi Kinerja Organisasi.

H7: Pengaruh Kinerja Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *beta standardized coefficient* sebesar 0,759 bertanda positif dan taraf signifikansinya sebesar 0,000 masih jauh dibawah 0,05 ($0,000 < 0,01$), maka dengan demikian terbukti bahwa hipotesis 1 **ditolak**, artinya Kinerja Organisasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan demikian, semakin tinggi Kinerja Organisasi maka akan semakin rendah Keunggulan Bersaing.

5.8.1 Pemetaan Potensi IKM Batik Semarang

Pembelajaran Organisasional, Jejaring Kerja, Kualitas kepercayaan berpengaruh terhadap Keunggulan teknik kreatif yang spesifik. Selanjutnya Keunggulan teknik kreatif yang spesifik terbukti mampu meningkatkan kinerja organisasinya. Namun demikian kinerja organisasi yang sudah dilakukan selama ini belum optimal sehingga belum mampu untuk meningkatkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal ini dapat dilihat dalam kenyataannya industri batik semarangan belum mampu bersaing dengan industri batik di kota lain.

Berdasarkan temuan di lapangan dari jawaban responden atas pertanyaan terbuka keunggulan teknik kreatif yang spesifik berdasar produk kreatif, diferensiasi produk kreatif dan keunggulan teknik kreatif berorientasi biaya, serta kinerja organisasi maka dapat diberikan pembahasan seperti tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 5.14 Produk Kreatif

Indikator	Rata-rata dan interpretasi	Temuan Penelitian–Persepsi Responden
Cara yang dilakukan untuk membuat produk berkualitas (PK1)	3.96	Pada umumnya usaha cukup mampu dengan senantiasa : <ul style="list-style-type: none">• Pemilihan bahan yg berkualitas• Design bagus, mutu dan kualitas bahan yg bagus• Bahan baku dan prosesnya dijaga kualitasnya• Design asli, pewarnaan alami, proses teliti• Bahan, warna dan gambar• Diseleksi dari bahan, malam dan warna• Bahan ker kualitas, motif tidak banyak yang memproduksi• Design bagus, mutu dan kualitas bahan yg bagus• Kalau tidak ada komplain berarti bagus• Design asli, pewarnaan alami,

		<p>proses teliti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bahan, warna dan gambar • Diseleksi dari bahan, malam dan warna • Bahan berkualitas, motif tidak banyak yang memproduksi • Kalau tidak ada komplain berarti bagus • Bahan baku dan proses yang baik • Studi banding pada pengusaha batik
<p>Cara yang dilakukan untuk mengembangkan motif batik yang menarik (PK2)</p>	4.01	<p>Pada umumnya usaha cukup mampu dengan senantiasa :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat motif apa adanya di sekeliling • Setiap saat membuat motif baru • Motif semarangan yang mempunyai ciri khas tumpal bawah serta samping • Membuat motif sendiri • Kombinasi motif dan warna • Motif berdasar imajinasi dan ide • Jalan-jalan di kota semarang agar mendapat motif batik semarangan • Inovasi motif • Explore motif modern abstract • Mencari seorang pegawai untuk membuat motif batik • Motif mangrove • Motif kontemporer/warna cerah • Menggabungkan motif tradisional dan modern • Melakukan eksperimen desain motif • Membuka youtube, mencari corak • Berani mencoba motif baru

<p>Cara yang dilakukan dalam pengembangan produk batik baru sesuai keinginan pasar (PK3)</p>	<p>3.91</p>	<p>Pada umumnya usaha cukup mampu dengan senantiasa :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sesuai keinginan konsumen • Sama-sama membuat batik semarangan tapi dengan motif yang menarik • Mengikuti permintaan pasar • Ikuti trend terbaru pasar • Konsumen inginnya membeli yang murah • Warna yang cerah • Observasi pasar • Tiap ada pesanan dipenuhi • Produksi yang lagi mode • Membuat sampel produk dan menyesuaikan pasar • Menyesuaikan pesanan pns untuk seragam • Komunikasi apa yang diinginkan konsumen • Selalu mengganti corak dan warna tetapi tidak meninggalkan ciri khas • Selalu berinovasi dlm desain pakaian • Yang penting mengerjakan biar pasar yang menilai • Membuat sampel produk dan menyesuaikan pasar • Sesuai keinginan konsumen • Membuat batik semarangan tapi dengan motif yang menarik • Mengikuti permintaan pasar • Ikuti trend terbaru pasar • Konsumen inginnya membeli yang murah • Warna yang cerah • Observasi pasar • Tiap ada pesanan dipenuhi • Produksi yang lagi mode • Menerima sesuai dengan desain yang diinginkan konsumen
----------------------------------------------------------------------------------------------	-------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<ul style="list-style-type: none"> • Membuat warna sintetis yang digemari • Produksi yang trend • Selalu mengganti corak dan warna tetapi tidak meninggalkan ciri khas • Yang penting mengerjakan biar pasar yang menilai • Membuat sampel produk dan menyesuaikan pasar • Selalu berinovasi dlm desain pakaian • Menyesuaikan pesanan pns untuk seragam • Komunikasi apa yang diinginkan konsumen
Pewarna alami yang pernah digunakan (PK4)	3.89	<p>Pada umumnya usaha cukup mampu dengan senantiasa :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indigo lebih murah tapi kurang kuat • Indigo Pasta • Jalawe • Tegeran • Mahoni • Kayu secang • Jati • Daun Mangga • Ketapang • Tingi • Mangrove • Ketapang • Serabut kelapa • Daun kenikir • Daun jambu • Sintesis, 20% alami • Campuran bahan alami, sintetis, alami prosesnya lama • Masih belajar/coba-coba

Sumber: data primer diolah (2015)

Tabel 5.15 Diferensiasi Produk Kreatif

Indikator	Rata-rata dan interpretasi	Temuan Penelitian–Persepsi Responden
Cara yang dilakukan agar menghasilkan produk lebih inovatif (DPK1)	4.06	<p>Pada umumnya usaha cukup mampu dengan senantiasa :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proses harus bagus • Buat design baru yang unik yg mempunyai alur cerita • Sesuai design masakini • Lihat dan membuat • Kombinasi berbagai motif dan warna • Membuat produk tidak ada kembaran • Dikembangkan dari pakemnya • Membuat desain & teknik baru • Sesering mungkin model baru • Diskusi dgn teman untuk membuat produk baru • Membuat inovasi • Browsing internet • Mengikuti berita world fashion • Investigasi konsumen langsung • Membaca dan mengikuti perkembangan batik • Kain premis yang paling bagus • Menggunakan warna alam • Pelatihan dan kerjasama dengan pengrajin • Terus belajar dan eksperimen • Berkreatif
Keunikan/ciri khas yang dimiliki (DPK2)	3.91	<p>Pada umumnya usaha cukup mampu dengan senantiasa :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Batik Khas Semarang • Abstrak • Pewarnaan dengan gradasi • Ciri khasnya dari tumpal semarangan • Menampilkan motif yang tidak ada di pengrajin lain • Lukisan tangan • Motif kuliner • Batik tulis lukis • Batik gradasi

		<ul style="list-style-type: none"> • Ikon semarangan • Tema khas tempat tinggal misal durian • Motif alas penggaron • Warna yang lebih cerah dgn dominan warna biru tua • Ciri khas batik gemawang motif bunga • Warna alam motif kembang cengkeh dan kopi
Cara yang dilakukan untuk mengembangkan produk yang lebih baik dibanding pesaing (DPK3)	4.07	<p>Pada umumnya usaha cukup mampu dengan senantiasa :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cara membatiknya baik • Mengembangkan batik tulis yang beragam • Mengutamakan kualitas dan kepuasan konsumen • Meningkatkan kualitas dan ketelitian • Pewarnaan yang bagus dan sering bereksperimen • Berani mengikuti pameran, berani berinovasi • Harus selalu kreatif dalam motif batiknya • Ikut jejaring social • Yang berkualitas dengan pakem Semarang

Sumber: data primer diolah (2015)

Tabel 5.16 Keunggulan Teknik Kreatif Berorientasi Biaya

Indikator	Rata-rata dan interpretasi	Temuan Penelitian–Persepsi Responden
Alat baru yang pernah digunakan (KTKBB1)	3.87	<p>Pada umumnya usaha menggunakan alata baru:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canting elektrik • Kompor minyak ke kompor gas • Komputer • Alat pengering • Tetap menggunakan kesan tradisional
Teknik baru yang pernah	3.84	<p>Pada umumnya usaha menggunakan teknik baru:</p>

digunakan untuk meningkatkan kualitas (KTKBB2)		<ul style="list-style-type: none"> • Teknik pewarnaan pelangi • Teknik ciprat • Teknik semprot • Teknik kombinasi jumputan dan batik cap • Teknik pencelupan dengan rol • Teknik colet dengan kuas, spon dan semprot • Teknik background paraffin • Teknik background abstrak
Teknik/proses baru yang sering digunakan untuk mempercepat proses produksi baru (KTKBB3)	3.97	<p>Pada umumnya usaha menggunakan teknik baru untuk mempercepat proses produksi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sablon malam • Printing • Teknik sablon malam dengan screen • Limbah batik diolah dgn disaring • Cap yang dipandu dengan canting tulis serta dipenuhi aksen tulis

Sumber: data primer diolah (2015)

Tabel 5.17 Kinerja Organisasi

Indikator	Rata-rata dan interpretasi	Temuan Penelitian–Persepsi Responden
Omset penjualan usaha senantiasa bertahan dan tumbuh selama 3 tahun terakhir	3.89	<p>Pada umumnya usaha cukup dengan kondisi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selalu ada kenaikan $\geq 10\%$ sd maksimal $>100\%$ • Rata-rata 25 sd 30 potong perbulan • 25 pt @ Rp. 250.000 s/d Rp. 300.000 • Tidak tentu, yang penting naik
Modal usaha senantiasa bertahan dan tumbuh selama 3 tahun terakhir	3.86	<p>Pada umumnya usaha cukup dengan kondisi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak diadministrasi • Selalu ada kenaikan $\geq 10\%$ sd maksimal $>100\%$ • Tidak jelas cara menghitungnya • Sudah kembali modal
Pertumbuhan laba usaha	3.86	<p>Pada umumnya usaha cukup dengan kondisi:</p>

senantiasa bertahan dan tumbuh selama 3 tahun terakhir		<ul style="list-style-type: none"> • Selalu ada kenaikan $\geq 10\%$ sd maksimal $>100\%$ • Yang penting usaha jalan • Tidak memikirkan laba yang penting modal sudah kembali • Tidak dicatat
Pertumbuhan jumlah pembatik senantiasa bertahan dan tumbuh selama 3 tahun terakhir	3.91	<p>Pada umumnya usaha cukup dengan kondisi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenaga kerja terbatas (karyawan diperoleh dari pandean, gunung Pati dan lingkungan sekitar) • Dikerjakan sendiri, pada waktu ramai dibantu keluarga • Tenaga kerja dilakukan ibu dan anak sendiri • Tenaga kerja dari lingkungan sekitar • Tenaga kerja bertambah 1 sd maksimal 20 (tergantung kebutuhan)

Sumber: data primer diolah (2015)

5.8.2 Pusat Kajian Batik Semarang (Semarang Batik Study Center Unisbank)

Pusat Kajian Batik Semarang merupakan pusat kajian tentang batik semarangan untuk penelitian, pengembangan, dan kerja sama dengan para pemangku kepentingan dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan batik Semarang.

Pusat Kajian ini bertujuan untuk mengkaji dengan melakukan penelitian/ studi, pengembangan dan kerjasama yang berkaitan dengan batik Semarang dalam upaya bisa mengangkat posisi batik Semarang setara dengan batik-batik di khasanah wastra Nusantara.

Pusat Kajian ini berfokus pada:

- a. Pengarsipan data berdasar kelengkapan data tentang:
 - Sejarah batik Semarang
 - Motif-motif yang ada selama ini yang belum maupun yang sudah di Hakikan

- Pengrajin
 - Kekhasan batik Semarang
- b. Dijitalisasi Dokumen yang sudah dihasilkan
 - c. Unisbank sebagai pusat informasi berbasis teknologi informasi tentang batik Semarangan
 - d. Web sebagai pusat informasi dan komunitas Pelaku Batik Semarangan.

Semarang Batik Study Center Unisbank terletak di:

- a. Sekretariat : Kampus Mugas UNISBANK Semarang
- b. Laboratorium : Kampus Kendeng UNISBANK Semarang

Gambaran Aktivitas Pusat Kajian Batik Semarangan digambarkan berikut ini:



5.8.3 Griya Karya Kriya Batik

Griya Karya kriya batik disini merupakan satu wadah untuk berkumpulnya para pelaku dan peminat batik yang selalu berupaya dalam pengembangan inovasi dan kreatifitas dalam bentuk *Research & Development* (R&D) yang dibangun dalam satu komunitas batik Semarang. Griya Karya Kriya mengupayakan satu wadah “Karya Kriya Batik” yang diharapkan dapat mentransfer knowledge, mengajak, membuka dan mengenalkan teknik kreatif, market demand, serta mindset jiwa entrepreneur kepada pengrajin batik tulis semarangan dengan bersama-sama Pusat Kajian Batik UNISBANK untuk mengembangkan batik Semarang.

Ada dua aktifitas yang dilakukan oleh Karya kriya yaitu:

1. Pelatihan

Pelatihan diberikan kepada masyarakat (kelompok usaha bersama) dan mahasiswa yang diharapkan bisa mengembangkan design motif batik dengan berbantuan komputer. Pelatihan dan pendampingan teknik kreatif yang dihasilkan oleh tim kreatif karya kriya.

2. Produksi dengan berbasis komunitas (masyarakat binaan kampus) dalam bentuk kelompok usaha bersama (KUBE).

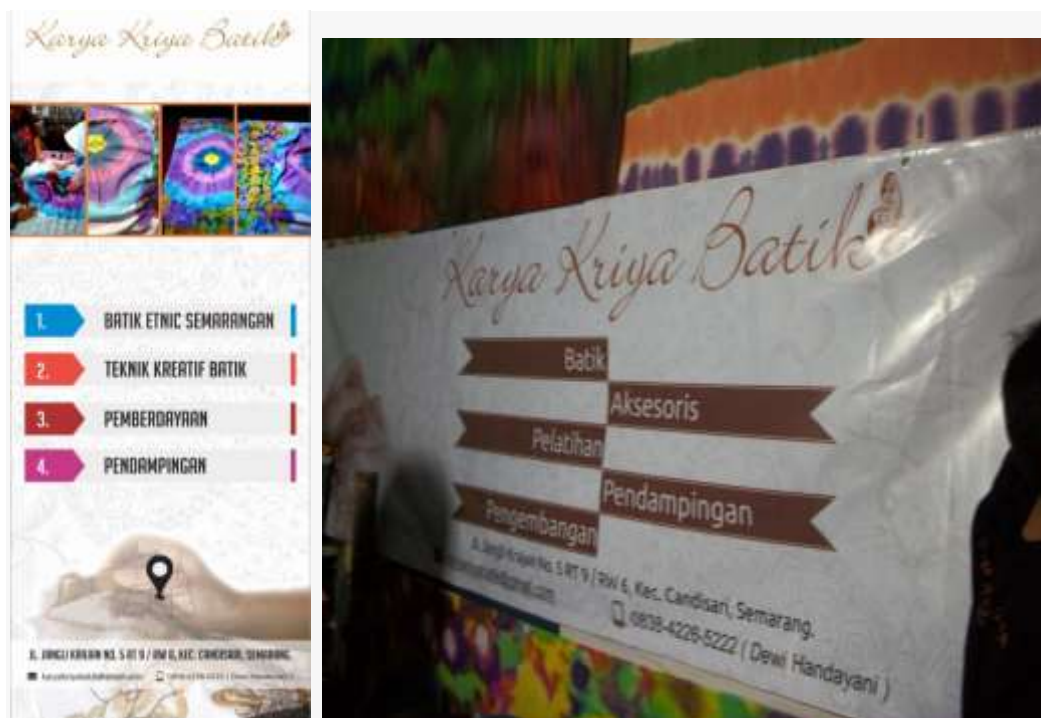


Foto Produk Inovasi dari Karya Kriya Batik



Teknik celup ikat dengan Pewarna Alami

Hasil limbah batik





TEKNIK *TIE DYE*(CELUP IKAT) YANG DIKEMBANGKAN KARYA KRIYA BATIK

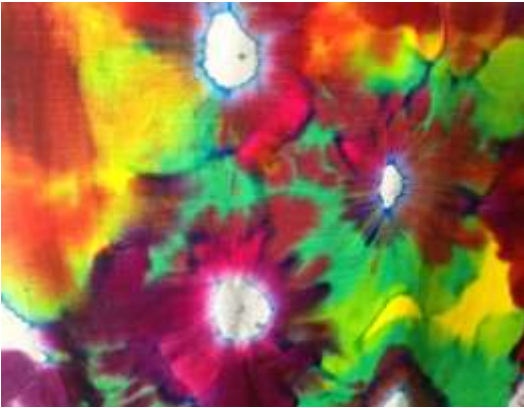
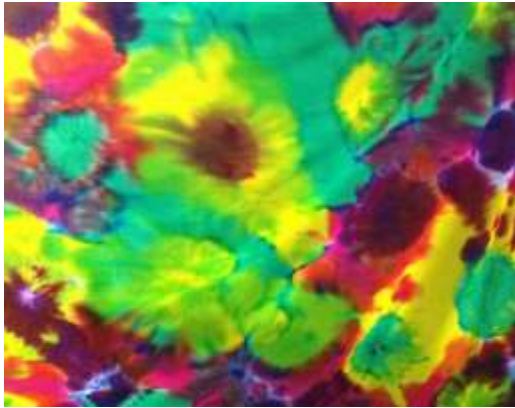
Foto-foto Teknik Kreatif dari TIM Karya Kriya Batik





Gambar Teknik Free hand printing

Teknik Celup Ikat Motif Jumputan



5.8.4 Desain Motif Batik Wali

Desain motif Batik Wali merupakan sumbangsih ide motif dari TIM MP3EI bersama tim kreatif yang berada di Karya Kriya Batik. Ide ini muncul untuk mencari ciri khas desain motif batik Semarang yang selama ini hanya berkisar pada ikon-ikon yang ada di kota Semarang. Kenapa “batik Wali”, ide berawal dari Ketua tim yang ingin mengangkat batik Semarang yang memiliki ciri khas yang bisa dibedakan dengan motif batik lain yang digali dari kearifan lokal. Banyak yang bisa diangkat dari kota Semarang sebagai salah satu kota Tua di Indonesia yang bisa dituangkan dalam goresan batik. Batik Wali juga menggambarkan simbol dari Wali Songo (Sembilan Wali) yang bisa menjadi ciri utama batik di Jawa Tengah. Desain bisa menjabarkan tentang sejarah, napak tilas maupun perjalanan ajaran Islam yang dibawa oleh para Wali. Kota Semarang juga bisa digambarkan dalam bentuk perjalanan beberapa wali yang diidentikkan dengan satu wilayah. Cerita tentang Wali dan Perjalanannya bisa dituangkan dalam goresan bentuk Batik.

Desain Motif Batik Wali di bawah ini menggambarkan kesembilan wali yang digoreskan dalam simbol-simbol setiap wali yang secara keseluruhan menggambarkan satu kesatuan dalam menjalankan ajaran Islam di Pulau Jawa.



Desain Motif Batik Wali



Gambar Desain Motif Batik Wali Yang Digoreskan Di Kain

5.8.5 Sarasehan Teknik Kreatif Batik Semarang

Sarasehan ini diselenggarakan bekerjasama dengan Pemerintah Kota Semarang yang didukung oleh kluster batik Semarang dan batik kabupaten Semarang, BAPPEDA kota Semarang, Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, Jateng Youth, HIPMI kota Semarang, P2BK UNISBANK, dan Karya Kriya Batik. Sarasehan ini dilakukan pada hari sabtu 6 Juni 2015 pukul 08.30 s.d 13.30 yang bertempat di Lt.1 Kampus Mugas UNISBANK Jl. Tri Lomba Juang No.1 Semarang. Sarasehan ini menghasilkan launching UNISBANK sebagai pusat kajian Batik Semarang, Desain motif batik Wali yang menggambarkan sembilan wali yang masing-masing disimbolkan dalam gambar motif tertentu.

Karya Kriya Batik sebagai wadah untuk tempat edukasi, kreatifitas dan berinovasi di bidang batik. Dalam pertemuan ini dihadirkan 2 narasumber yang berbicara tentang penggunaan warna alami dalam proses membatik yang dilakukan oleh bapak Marheni Jayanto (batik “Zie” Semarang. Narasumber berikutnya memberikan pelatihan keterampilan teknik kreatif berupa teknik celup ikat.



Wakil Dinas Kop &UMKM



Wakil Bappeda Kota SMG



Wakil Hipmi SMG



Tim MP3EI

Foto-foto sarasehan



Acara Sarasehan



Kesan dan Pesan



Peserta antusias



Ketua Klaster Batik SMG

5.8.6 Video Tutorial

Video tutorial yang dihasilkan berupa langkah-langkah pembuatan motif batik dengan teknik kreatif celup ikat (tie dye) yang bisa digabung dengan teknik Smock dengan pewarna alami.



1. Video Tutorial Teknik Kreatif Teknik Celup Ikat

Tutorial ini memberikan visualisasi langkah-langkah pembuatan motif batik menggunakan teknik *Tie Dye* (celup Ikat) dan Teknik Celup Ikat dengan Teknik Smock, serta Video Tutorial Teknik Celup Ikat dengan Pewarna Alami, yang bisa memberikan wawasan dan pengayaan motif pada para pengrajin. Motif yang dihasilkan dari teknik ini bisa digabungkan dengan goresan malam pada proses membatik maupun ditambahkan dengan pencelupan maupun batik cap.

Video Tutorial adalah sebagai berikut :

1. Video Tutorial Teknik Celup Ikat
2. Video Tutorial Teknik Celup Ikat Dan Smock

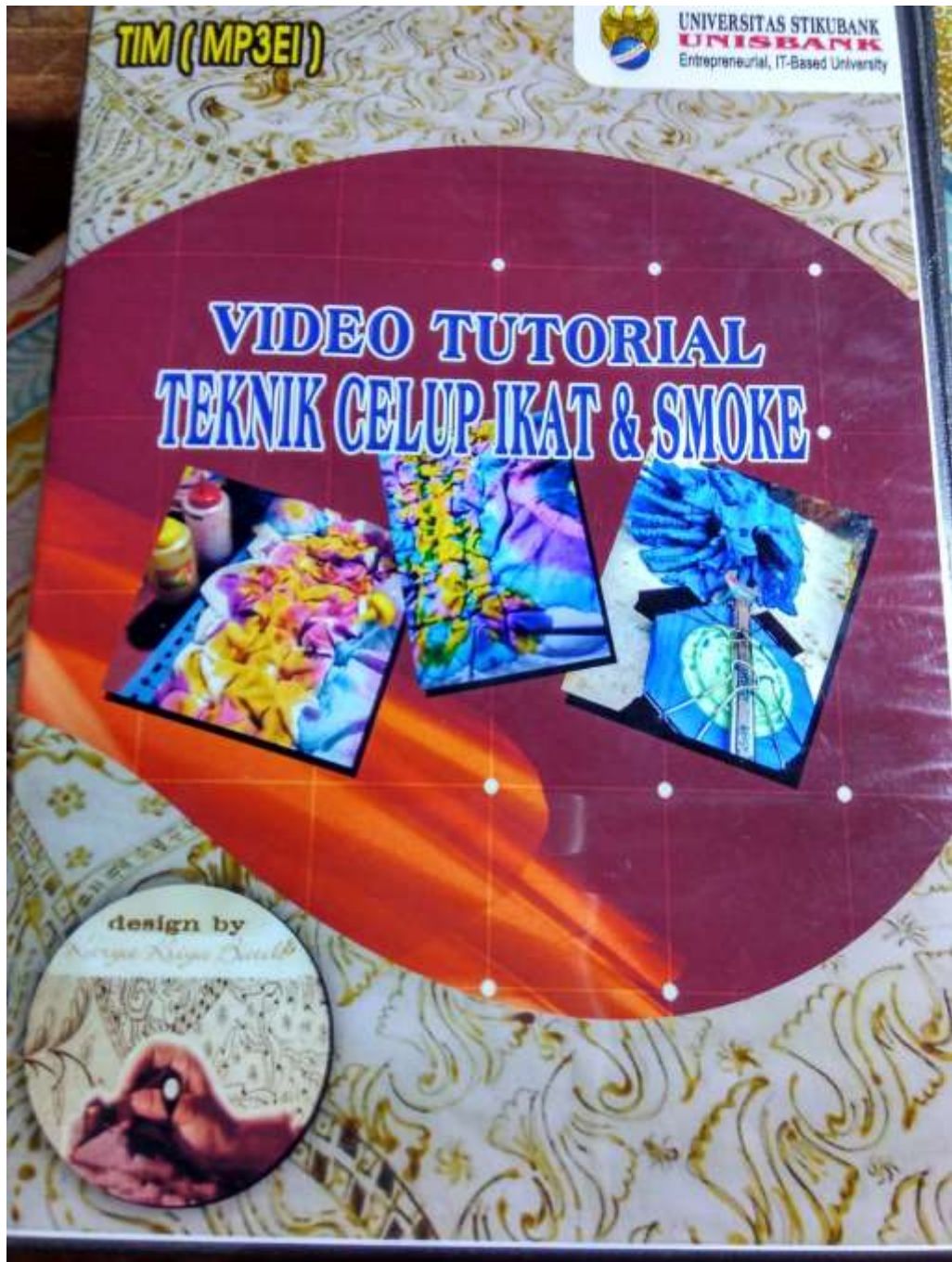
Gambar motif yang dihasilkan dari teknik *tie dye* (celup Ikat) digambarkan dibawah ini.



a. Video Tutorial Teknik Celup Ikat (*tie dye*)



- b. Video Teknik Celup Ikat (tie dye) dan Smock



2. Tutorial Teknik Celup Ikat Dengan Pewarna Alami

Video Tutorial Teknik Celup Ikat dan Pewarna Alami berisi pembuatan motif batik dengan teknik celup ikat dengan pewarna yang digunakan warna alami Mangrove, Kayu Secang dan Kunir. Tutorial diberikan di gambar berikut ini:

TIM (MP3EI)



UNIVERSITAS BINABANGSA
UNISBANK
Entrepreneurial, IT-Based University

VIDEO TUTORIAL TEKNIK CELUP IKAT & PEWARNA ALAMI



5.8.7 Pameran Hasil Penelitian dan PPM

Pameran hasil penelitian dan PPM yang dilaksanakan oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Ditjen Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Ristek dan Pendidikan Tinggi pada tanggal 12-13 Oktober 2015 di Hotel Crown Plaza Semarang. Pameran ini dibuka oleh Menteri Ristek dan Pendidikan Tinggi dan akan dihadiri pimpinan perguruan tinggi negeri dan swasta serta kepala Balitbangda di Indonesia. Kegiatan hasil penelitian dan PPM dimulai dengan Technical meeting tanggal 11 Oktober 2015 di Hotel Crown Plaza Semarang Lt 7. MP3EI menampilkan Pusat Kajian Karya Kriya Batik dan produk-produk yang dihasilkan . Dari hasil Pameran hasil penelitian dan PPM tersebut Unisbank mendapatkan predikat Juara II stand terbaik dan mendapatkan penghargaan berupa plakat dari Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Ditjen Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Ristek dan Pendidikan Tinggi.

Foto-foto pameran hasil penelitian



Stand pameran hasil



Karya kriya batik



Menristek dan MenKop dan UMKM



Juara II

5.8.8 Publikasi

Publikasi dilakukan dengan mengadakan Diseminasi Hasil Penelitian dan 2 Naskah publikasi yang bisa dihasilkan yaitu:

1. Kegiatan Ilmiah Diseminasi Hasil Penelitian dan Workshop Penelitian Kompetitif Nasional serta Pengabdian Kepada Masyarakat pada hari Rabu 4 maret 2015 di ruang D6.2 Kampus Unisbank Semarang. Acara dihadiri oleh seluruh peneliti/dosen dari berbagai multi disiplin ilmu.
2. Proceeding dengan ISBN dari Seminar Nasional multi Disiplin Ilmu (SENMI) dengan tema Pengembangan Green Business dan Green Technology yang Berkelanjutan. Acara tersebut diselenggarakan oleh

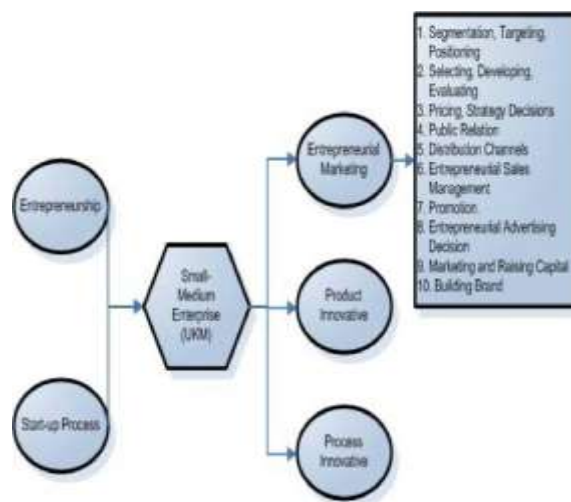
Universitas Budi Luhur Jakarta pada tanggal 21 Nopember 2015. Judul jurnal adalah “Strategi model pengembangan keunggulan teknik kreatif yang spesifik pada IKM Batik Semarangan”/ *The Strategy Model for The Development of Semarang Batik Craftsmen Based on Advantage of Specific Creative Technique*

3. Jurnal Internasional dengan judul “Model Produktivitas IKM Batik Semarangan dengan Pengembangan Teknik Kreatif Celup Ikat dan Pewarna Alami Mangrove ”

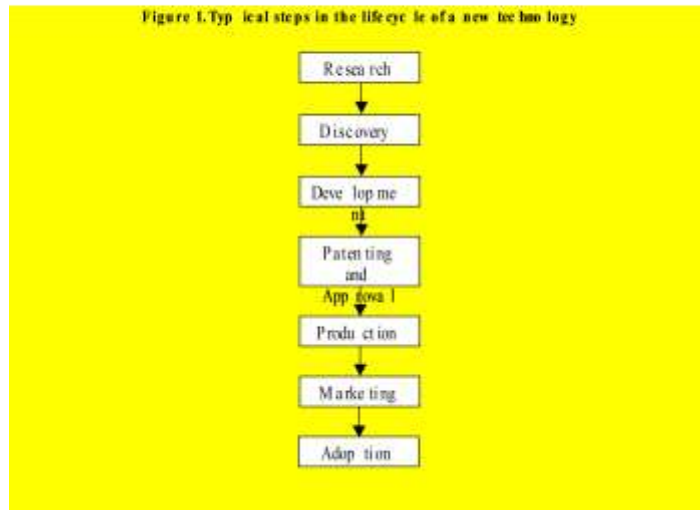
BAB VI RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Dari kajian dan temuan yang dihasilkan di tahun I diimplementasikan dalam bentuk strategi pembinaan dengan pendekatan *entrepreneurial marketing* bagi IKM batik Semarangan. Luaran dari tahun II adalah hasil Strategi pembinaan IKM batik Semarangan dengan pendekatan *entrepreneurial marketing*, berupa monitoring kinerja dari kegiatan yang sudah dilakukan. Road map tahun ke II digambarkan di gambar 6.1.

Road Map Tahun Kedua Entrepreneurial Marketing



The Innovation Process



Gambar 6.1 *entrepreneurial marketing*

Tahapan yang dilakukan dalam *entrepreneurial marketing* adalah sebagai berikut:

1. *Segmentation, targeting, dan positioning*
2. *Selecting, developing, evaluating*
3. *Pricing, strategy Decisions,*
4. *Public Relation*
5. *Distribution Channel*
6. *Entrepreneurial SalesManagement*
7. *Promotion*
8. *Entrepreneurial Advertising Desicion*
9. *Marketing and raising capital*
10. *Building Brand and Building The Companies*

Untuk membangun entrepreneur marketing salah satu kunci utama adalah inovasi. Inovasi dimulai dari satu konsep yang diperhalus dan dikembangkan sebelum aplikasi. Proses inovasi, yang memimpin pemanfaatan teknologi, memerlukan:

- a. Penelitian (*Research*)
- b. Pengembangan (*Development*)
- c. Produksi (*Production*)
- d. Pemasaran (*Marketing*)

Tahun III:

Membangun portal batik semarangan (aplikasi *cybermarketing*) sebagai pusat aktifitas promosi dan pemasaran untuk mempercepat pertumbuhan batik Semarang di pasar batik nasional maupun internasional. Hasil keluaran dari tahun ke III adalah Aplikasi e-marketing dengan model *cybermarketing*. Road map tahun ketiga diberikan di gambar 6.2

Road Map Tahun Ketiga *Cybermarketing*

Internet Marketing atau *Cyber Marketing*, adalah suatu bentuk pemasaran yang ditargetkan untuk membantu meningkatkan keberadaan dan eksistensi situs web dan untuk mempromosikan produk atau jasa mereka melalui internet. Ada sejumlah strategi di dalam Internet Marketing, beberapa yang paling utama adalah:

1. *Search Engine Marketing*
2. *Search Engine Optimization (SEO)*
3. *Banner Iklan*
4. *Direktori Submission*
5. *Email Marketing*

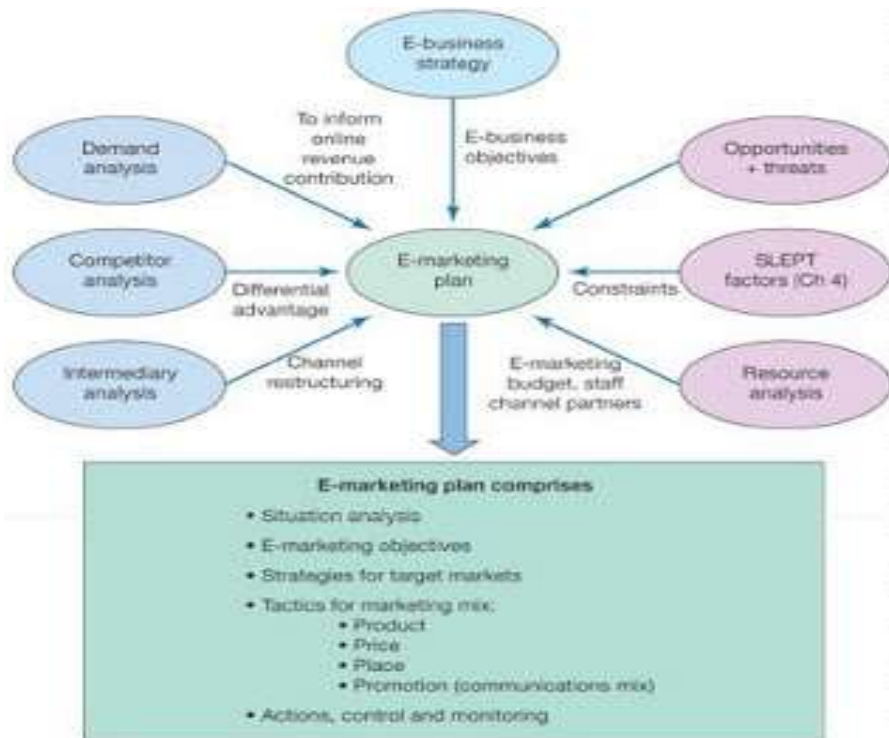
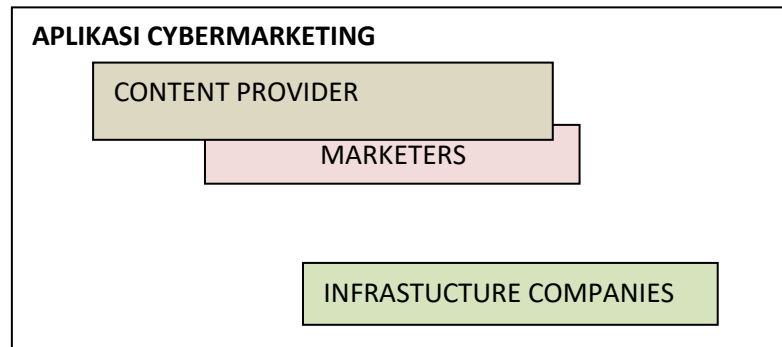
Semua strategi ini akan membantu untuk mengarahkan trafik kunjungan yang berkualitas ke situs Web (Internet) Marketing yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat penjualan.

Tahapan untuk membangun aplikasi *cybermarketing* untuk menaikkan citra batik Semarang di kancah yang lebih luas dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Menentukan aplikasi apa yang sesuai untuk IKM batik dalam menentukan CONTENT PROVIDER

- b. Marketer
- c. Infrastructure Companies

Aplikasi Cybermarketing



Gambar 6.2 Aplikasi Cybermarketing

Aplikasi dari konsep cybermarketing yang dapat diimplementasikan oleh IKM yang dapat dibagi dalam tiga aktivitas bisnis yang meliputi:

Content Providers

Content Provider didefinisikan sebagai *online publishing companies* yang menyediakan jasa layanan berita, informasi, dan hiburan bagi para *online audience* mereka. Content Providers terbagi menjadi content providers yang bersifat *traditional publishing company yang go online* (seperti: www.kompas.co.id), para *niche marketer*, (seperti: www.infokomputer.com), maupun para *online publishing company* yang mengkhususkan layanannya bagi para *online audience* mereka (seperti: www.astaga.com). Bagi perusahaan-perusahaan tersebut, www memungkinkan mereka untuk memasarkan jasa layanan berita, informasi dan hiburan mereka dengan menggunakan metode distribusi yang lain dari "biasanya".

Marketers

Bagi para marketer, konsep cybermarketing dapat diimplementasikan ke dalam beberapa bidang seperti: advertising, sales promotion, public relations, customer support, internal & channel communication, branding, product development, market research, dan entertainment.

Infrastructure Companies.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah dicapai, yang telah diuraikan pada Bab V maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi percepatan pengembangan IKM batik Semarangan berbasis keunggulan teknik kreatif yang spesifik dilakukan dengan upaya peningkatan produk kreatif batik, diferensiasi produk dan keunggulan teknik kreatif yang berorientasi biaya.
2. Keunggulan teknik kreatif yang spesifik dapat dicapai dengan meningkatkan pembelajaran organisasi, jejaring kerja, dan kepercayaan dari Pemerintah, lembaga perbankan maupun masyarakat.
3. Kinerja organisasi IKM yang ada pada saat ini belum mampu meningkatkan daya saing terhadap produk lain.
4. Untuk memposisikan batik Semarangan yang saat ini pertumbuhannya masih dalam posisi embrio untuk bisa tumbuh dalam posisi yang lebih tinggi telah diselenggarakan sareshan teknik kreatif, launching desain Batik Wali, video tutorial, dan suatu wadah dalam bentuk Griya Karya Kriya Batik.

7.2 Saran

Berdasarkan hasil yang telah dicapai, yang telah diuraikan pada Bab V maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pengrajin batik perlu menambah keterampilan teknik kreatif untuk mengembangkan kreatifitas dalam berinovasi
2. IKM batik Semarangan agar segera berbenah diri untuk mengangkat kembali batik agar lebih dikenal di masyarakat dengan desain dan teknik pewarnaan yang lebih menarik
3. Perlu fasilitasi, pendampingan dan pembinaan baik dari bagi pemerintah kota/kabupaten Semarang dan pihak-pihak yang berkepentingan.

DAFTAR REFERENSI

- Ahuja, G., 2000, *Collaboration Networks, Structural Holes, and Innovation: A Longitudinal Study*, *Administration Science Quarterly*, 45, 425-455
- Ansoff, H. I. (1957), "Strategies for Diversification", *Harvard Business Review*, (September-October), pp 113-24.
- Covin, J. G. & Slevin, D. P. (1994), "Corporate Entrepreneurship in High and Low Technology Industries: A Comparison of Strategic Variables, Strategy Patterns and Performance in Global Markets", *Journal of Euro-Marketing*, Vol. 3, No. 3, pp. 99-127.
- Gartner, W.B. (1990) 'What are we talking about when we talk about entrepreneurship?' *Journal of Business Venturing*, Vol. 5, No. 1, pp.15-28.
- Gardner, W. B. (1994), "Marketing/Entrepreneurship Interface: A Conceptualization.", in Gerald Hills (ed.) *Marketing and Entrepreneurship: Research Ideas and Opportunities*, Quorum Books, pp. 35-54.
- Garvin, D.A. 1993. Building A Learning Organization, *Harvard Business Review*
- Goyal, 2003. *Learning In Network: A Survey Mimeo*, Department Of Economics, University of Essex and Tinbergen Institute, Amsterdam-Rotterdam, Erasmus University
- Hills, G. and Hultman, C. (1999) "Marketing Behavior in Growing Firms: A Challenge to Traditional Marketing Knowledge" in Gerald Hills, Siu, Waisum & Debra Malewicki (eds.) *Research at the Marketing/Entrepreneurship Interface*, UIC, pp. 14-29.
- Hills, G. and Hultman, C. (2006), "Entrepreneurial marketing", *The authors and Studentlitteratur*.
- Lopez, S. Perez, Montes, P, Jose, and V. Ordas, Jose, Camilo. 2005. Organizational Learning As A Determining Factor In Business Performance. *The Learning Organisation*, 12.
- Rizal, Alimuddin dan Tjahjaningsih, Endang. dan 2013 Upaya Peningkatan Keragaman Produk Melalui Pengembangan Pengambilan Risiko Berinovasi. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke-5, Pontianak*. ISSN:2338-994X
- Tjahjaningsih, Endang. 2007. Penggunaan Strategi Lingkungan Kompetitif Dalam Pemasaran, *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi*, Vol.9/No. 2/2010 ISSN:1693-9727. Universitas Stikubank Semarang,
- Tjahjaningsih, Endang. 2009. Analisis Kualitas Produk dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek, *Telaah Manajemen*, Vol.6/No.2/2009 ISSN: 1693-9727
- _____. 2010. Sistem Manajemen Inovasi : Alternatif pendekatan Bagi tipe Inovasi, *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi*,

- _____. 2012. Upaya Peningkatan Kinerja Organisasi Melalui Inovasi Transformasi Budaya Prososial, *Proceeding Kesiapan Industri Perbankan Dan Bisnis Dalam Menghadapi Asean Economic Community* 2015, ISBN: 978-9793649-65-8
- _____. 2012. Analisis Kompetensi Profesi Dan Adaptabilitas Dalam Mempengaruhi Pengambilan Risiko Serta Dampaknya Terhadap Keragaman Produk. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke-4 Indonesia Family Business Sustainability*, ISSN: 2302-7770
- Tjahjaningsih, Endang, dan Setiawan, Mulyo, 2012, Meningkatkan Kinerja Organisasi Melalui Pembelajaran Organisasional: Peran Orientasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik. *Proceedings Of Consistency In Business, Accounting And Management* , ISSN2302-9791
CBAM Vol1 No.1 Desember 2012
- Tjahjaningsih, Endang. 2013. Upaya Membangun Komitmen Pelanggan Atas Layanan Perusahaan Melalui Kualitas Produk, Citra Produk dan Kepuasan Pelanggan Batik. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper*, ISBN 978-602-14119-0-2
- Tjahjaningsih, Endang. 2013. Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas. *Jurnal Ilmiah Media Ekonomi dan Manajemen*, 28/2/ 2013 ISSN 0854-1442
- Tsai, Ming-Tien and Shih, Chia Mei. 2004. The Impact of Marketing Knowledge Among Managers and Business Performance. *International Journal of Management*. Vol. 21.
- _____. 2014. Penelitian, Upaya Peningkatan Keragaman Produk Melalui Pengembangan Pengambilan Risiko Berinovasi di Jawa Tengah, Penelitian Universitas Stikubank, Semarang
- Roojen, Pepin Van, 1995. Batik design, Univ of Washington Pr; Revised edition November
- Sekaran, Uma, 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.

Lampiran -1. Daftar Riwayat Hidup Ketua dan Anggota Penelitian

Daftar Riwayat Hidup Ketua

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Dr. Endang Tjahjaningsih,SE, MKom
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
4	NIP	Y.2.91.10.065
5	NIDN	0622056601
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Semarang, 22 Mei 1966
7	<i>E-mail</i>	e.cahyaningsih@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	(024)7610867,08156534204
9	Alamat Kantor	Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Jl. Kendeng V, Bendan Ngisor Semarang
10	Nomor Telepon/Faks	(024) 8414970 Fax (024) 8441738
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S1= 175 orang; S2= 35 orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	1 Manajemen Pemasaran 2 Manajemen Penjualan 3 Perilaku Konsumen 4 Statistik

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Diponegoro Semarang	Universitas Gadjah Mada Yogyakarta	Universitas Diponegoro Semarang
Bidang Ilmu	Manajemen	Ilmu Komputer	Manajemen
Tahun Masuk-Lulus	1985-1991	1999-2001	2006-20012
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Perputaran Modal Kerja dan Rentabilitas Ekonomis	Data Mining Pada Industri Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta	Strategi Peningkatan Kinerja Organisasi: Pengambilan Risiko Berinovasi dan Orientasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik
Nama Pembimbing/Promotor	1. Drs Wiratno, MSc 2. Drs Heru Sutantio	Prof. Drs. Subanar, Ph.D	1. Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA 2. Prof. Dr. H. Sugeng Wahyudi, MM 3. Dr. Hj. Indi Djastuti, MS

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2007	Undisbursed Loan pada UMKM di Jawa tengah	Bank Indonesia Semarang Jawa Tengah	Rp 100.000.000
2	2009	Analisis Pengaruh Kefektifan Komunikasi, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Keterhubungan	FE Unisbank Semarang	Rp 2.000.000
3	2010	Membangun Kinerja Organisasi Melalui Keragaman Inovasi	Pemda Provinsi Jawa Tengah	Rp 5.000.000
4	2012	Meningkatkan Kinerja Organisasi Melalui Pembelajaran Organisasional:Peran Oreintasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spresifik	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
5	2013	Pembingkaian Pesan dan Kredibilitas Sumber pada Periklanan Produk Pangan Fungsional	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
6	2013	Upaya Membangun Komitmen Pelanggan Atas Layanan Perusahaan Melalui Kualitas Produk, Citra Produk dan Kepuasan Pelanggan Batik di Pekalongan	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
7	2014	Upaya Peningkatan Keragaman Produk Melalui Pengembangan Pengambilan Risiko Berinovasi di Jawa Tengah	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
8	2014	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Citra Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pada Pelanggan Supermarket Giant Semarang	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
9	2014	Penyiapan Badan Layanan Umum Di Bawah BPWS	BPWS	Rp 700.000.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2009	Moderator dan tutor: Kegiatan Pendidikan Kemasyarakatan Bidang Indag Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah Sub Kegiatan Pelatihan Manajemen Pemasaran Produk Unggulan Batik (IKM Batik Jawa Tengah)	Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah	Rp 5.000.000
2	2009	Tutor : Edukasi Penggunaan Kompor Gas Bagi Masyarakat Kecamatan Karanganyar Kabupaten Pekalongan	FE Unisbank Semarang	Rp 1.000.000
3	2010	Tutor: Pelatihan dan Pengembangan IKM Batik di Jawa Tengah	FE Unisbank Semarang	Rp 1.000.000
4	2010	Tutor: Pelatihan Teknis Penggalan Akar Permasalahan Kemiskinan di Kabupaten Banjarnegara	FE Unisbank Semarang	Rp 1.000.000
5	2010	Tutor: Bimbingan Teknis Penyusunan Laporan Keuangan Yang Berpedoman Pada Standar Akuntansi Keuangan-Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik Pada BPR BKK di Jawa Tengah	FE Unisbank Semarang	Rp 1.000.000
6	2011	Tutor: Pelatihan Perencanaan dan Manajemen Ekonomi Daerah di Kabupaten Banjarnegara	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
7	2012	Tutor: Pelatihan Trading On Line Saham Untuk SMK Negeri 1 Banyudono	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
8	2013	Tutor: Pendampingan Praktis Untuk Pengelola dan karyawan Perusahaan Krupuk Di Sleman	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
9	2013	Peningkatan Pengetahuan Dan Keterampilan Teknis Karyawan BPR Milik Pemda Jawa Tengah	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 7 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1	Penggunaan Strategi Lingkungan Kompetitif Dalam Pemasaran	Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi	Vol.9/No.2/2007 ISSN:1693-9727
2	Analisis Kualitas Produk dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan	Telaah Manajemen	Vol.6/No.2/2009 ISSN: 1693-9727

	dampaknya Terhadap loyalitas Merek		
3	Sistem Manajemen Inovasi : Alternatif pendekatan Bagi tipe Inovasi	Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi	Vol.9/N0. 2/2010 ISSN:1693-9727
4	Upaya Peningkatan Kinerja Organisasi Melalui Inovasi Transformasi Budaya Prososial	Procceding Kesiapan Industri Perbankan Dan Bisnis Dalam Menghadapi <i>Asean Economic Community</i> 2015	ISBN: 978-9793649-65-8
5	Analisis Kompetensi Profesi Dan Adaptabilitas Dalam Mempengaruhi Pengambilan Risiko Serta Dampaknya Terhadap Keragaman Produk	Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke-4 <i>Indonesia Family Business Sustainability</i>	ISSN: 2302-7770
6	Meningkatkan Kinerja Organisasi Melalui Pembelajaran Organisasional: Peran Orientasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik	Proccedings Of <i>Consistency In Business, Acoounting And Management</i> 2012	ISSN2302-9791 CBAM Vol1 No.1 Desember 2012
7	Upaya Membangun Komitmen Pelanggan Atas Layanan Perusahaan Melalui Kualitas Produk, Citra Produk dan Kepuasan Pelanggan Batik	Prosiding Seminar Nasional Dan <i>Call For Paper</i> , Membangun Keunggulan Bersaing Produk Lokal Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Bebas, 2013	ISBN 978-602-14119-0-2
8	Upaya Peningkatan Keragaman Produk Melalui Pengembangan Pengambilan Risiko Berinovasi	Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke-5, Pontianak, <i>Strengthening The Strategy of Local Product in The Border Region: Opportunity and Challenges of The ASEAN Economic Community</i> 2015, 2013	ISSN:2338-994X

9	Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas	Jurnal Ilmiah Media Ekonomi dan Manajemen	28/2/2013 ISSN 0854-1442
---	-------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------	-----------------------------

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah/ Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu Dan Tempat
1	Seminar Nasional Dan Call For Paper Kesiapan Industri Perbankan Dan Bisnis Dalam Menghadapi <i>Asean Economic Community 2015</i>	Upaya Peningkatan Kinerja Organisasi Melalui Inovasi Transformasi Budaya Prososial	7 Juni 2012 Unisbank Semarang
2	Seminar Nasional Dan Call For Paper Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke-4 <i>Indonesia Family Business Sustainability</i>	Analisis Kompetensi Profesi Dan Adaptabilitas Dalam Mempengaruhi Pengambilan Risiko Serta Dampaknya Terhadap Keragaman Produk	13-14 Nopember 2012, Yogyakarta
3	Seminar Nasional Dan Call For Paper "Sustainable Competitive Advantage -2"	Meningkatkan Kreativitas Pembelajaran Transformatif Melalui Keragaman Inovasi Dalam Mencapai Kinerja Bisnis	20-21 Nopember 2012, Unsoed Purwokerto
4	Seminar Nasional Dan Call For Papers In Business, Accounting And Management (CBAM) 2012	Meningkatkan Kinerja Organisasi Melalui Pembelajaran Organisasional: Peran Orientasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik	6-7 Desember 2012, Unissula Semarang
5	Seminar Nasional Dan <i>Call For Paper</i> , Membangun Keunggulan Bersaing Produk Lokal Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Bebas, 2013	Upaya Membangun Komitmen Pelanggan Atas Layanan Perusahaan Melalui Kualitas Produk, Citra Produk dan Kepuasan Pelanggan Batik	22 Juni 2013, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
6	Seminar Nasional Dan <i>Call For Paper</i> , Membangun Keunggulan Bersaing Produk Lokal Dalam Menghadapi	Upaya Peningkatan Keragaman Produk Melalui Pengembangan Pengambilan Risiko	23-24 Oktober 2013, Universitas Tanjungpura, Pontianak

	Persaingan Pasar Bebas, 2013	Berinovasi	
7	Seminar Nasional Dan <i>Call For Paper</i> , Membangun Keunggulan Bersaing Produk Lokal Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Bebas, 2013	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Citra Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pada Pelanggan	23-24 Oktober 2013, Universitas Tanjungpura, Pontianak

G. Karya Buku Dalam 7 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jml Hal	Penerbit
1	Ekonomi Bisnis	2007	162	Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang (2007) ISBN 978-979-3649-50-4
2	Pemasaran Sosial	2008	71	Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang (2008) ISBN 978-979-3649-51-1
3	Manajemen Penjualan	2009	199	Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang (2009) ISBN 978-602-8557-52-8
4	Modul Manajemen Pemasaran (utk Prodi Manajemen)	2014	70	Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang (2014)
5	Modul Manajemen Pemasaran (utk Prodi Akuntansi)	2014	70	Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang (2014)

H. Penghargaan Dalam 7 Tahun Terakhir (Dari Pemerintah, Asosiasi Atau Institusi)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Piagam Anugerah Nara Satya Karya Pratama (Atas Kesetiaan Dan Pengabdian	Yayasan Pendidikan dan Penerbit	28 April 2008

	Telah Berkarya Sekurang-Kurangnya 15 Tahun Tanpa Terputus Di Universitas Stikubank Semarang)	Mahasiswa Indonesia	
2	Certification For Congratulation To Endang Tjahjaningsih Student ID.C5B006032. Post Graduate Program.	Ministry Of Education And Culture DIPONEGORO UNIVERSITY	May 2nd 2012

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan hibah kompetisi Nasional Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia(MP3EI).

Semarang, 25 Juni 2015
Pengusul,



(Dr. Endang Tjahjaningsih,SE,MKom)

BIODATA ANGGOTA 1

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Dr. H. Hasan Abdul Rozak, SH, CN. MM
2	Jenis Kelamin	Laki-laki

3	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
4	NIP	Y2. 92.07.079
5	NIDN	0610116402
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Kudus, 10 Nopember 1964
7	<i>E-mail</i>	Hasanp29@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	(024)8319733,08122938405
9	Alamat Kantor	Program Pascasarjana Universitas Stikubank Jl. Kendeng V, Bendan Ngisor Semarang
10	Nomor Telepon/Faks	(024) 8414970 Fax (024) 8441738
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S2= 30 orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	1 Manajemen Sumber Daya Manusia 2 Budaya Organisasi 3 Lingkungan Bisnis 4 Seminar

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Diponegoro Semarang	Universitas Diponegoro Semarang	Universitas Merdeka Malang
Bidang Ilmu	Ilmu Hukum	Manajemen	Manajemen
Tahun Masuk-Lulus	1984-1989	1998-2000	2003-2007
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Boedelsheiding dan Masalahnya Dalam Praktek. (Studi Pada Pengadilan Negeri Semarang)	Analisis Pengaruh Power Distance Terhadap Persepsi Karir. (Studi Pada Mahasiswa MM UNDIP Semarang)	Pengaruh Faktor Demografi Individu, Demografi Profesional, Budaya dan Locus of Control Langsung Maupun Tidak Langsung Terhadap Kinerja Usaha Melalui Gaya Pengambilan Keputusan dan Strategi Usaha Pada UKM di Jawa Tengah.
Nama	Prof. Purwahid	Prof. Dr.	1. Prof. Dr. Hj.

Pembimbing/ Promotor	Patrik, SH.	Soewito.	Wiji Astuti, MM 2. Dr. H. Abdul Manan, MS.
-------------------------	-------------	----------	-----------------------------------------------------

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2009	Optimasi Museum Kreta Api Ambawara sebagai Objek Wisata Unggulan di Kabupaten Semarang	PDK Unisbank Semarang	Rp. 2.000.000
2	2010	Pengaruh Pola Pembinaan terhadap Perilaku Kewirausahaan Usaha Kecil di Objek Wisata Candi Borobudur Kabupaten Magelang	PDK Unisbank Semarang	Rp. 2.000.000
3	2010	Analisis Kualitas Industri Pariwisata Terhadap Perilaku Paska Kunjungan Wisata Oleh Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah	Program Pascasarjana Unisbank	Rp. 2.000.000
4	2011	Pengaruh Motivasi dan Kemampuan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di Hotel Grasia Semarang'.	PDK Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
5	2011	Analisis Kualitas Daya Tarik (Destinasi) Wisata Terhadap Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah	Program Pascasarjana Unisbank	Rp. 3.000.000
6	2012	Pengembangan Produk Wisata Edukatif Di Pabrik Gula Gondang Baru Klaten.	PDK Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
7	2013	Pengaruh City Branding Terhadap Keputusan	Program Pascasarjana	Rp 3.000.000

		Berkunjung Ke Kota Semarang	na Unisbank	
--	--	-----------------------------	----------------	--

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2009	Penyuluhan "Penerapan Sanitasi dan Higiene Pada Warung Lesehan di Simpang Lima Kota Semarang"	PDK Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
2	2009	Penyuluhan dan Pelatihan Table Manner: Etiket Jamuan Makan pada Siswa/I SMA/SMK/MA Kota Semarang'	PDK Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
3	2010	Pelatihan Peningkatan Kualitas SDM Hotel Bintang 3 di Semarang	PDK Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
4	2010	Pelatihan Karyawan Grand Wahid Hotel Salatiga.	Program Pascasarjana Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
5	2011	Pelatihan "Peningkatan Daya Saing Melalui Peningkatan Kemampuan Manajerial Usaha bagi Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN) Ternak Sapi Perah Banyu Aji, Getasan, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang	Program Pascasarjana Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
6	2012	Pelatihan "Membentuk Tim Kerja Karyawan Operasional Hotel Pandanaran Semarang.	Program Pascasarjana Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
7	2012	Pelatihan "Pelayanan Prima Klasifikasi Restoran Kabupaten Pekalongan".	Dinas Pariwisata Propinsi Jateng	Rp 5.000.000
8	2013	"Pelatihan Peningkatan Etos Kerja Karyawan Staf Hotel Dafam Pekalongan"	Program Pascasarjana Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
9	2013	Pelatihan Komunikasi Yang Efektif Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Operasional Hotel Pandanaran Semarang	Program Pascasarjana Unisbank Semarang	Rp 1.500.000

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 7 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1	Pengaruh Motivasi dan kemampuan kerja terhadap produktivitas kerja karyawan di Hotel Grasia	Dinamika Kepariwisataa	Vol. V, No. 2, Mei, 2011
2	Kualitas sumber daya Manusia dengan standar kompetensi berdasarkan SKKNI pada industry Jasa Perhotelan	Dinamika Kepariwisataa	Vol. IX, No. 2, Oktober, 2011
3	Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah	Dinamika Kepariwisataa	Vol. XI, No. 2, Oktober, 2012

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah/ Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu Dan Tempat
1	Seminar Nasional	Peran Kepemimpinan Dalam Organisasi	Mei, 2012, Unisbank Semarang
2	Seminar Nasional	Pendidikan Karakter untuk Peningkatan Jatidiri bangsa Indonesia.	Mei, 2013, Surakarta

G. Karya Buku Dalam 7 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jml Hal	Penerbit
1	Modul Budaya Organisasi (utk Prodi Magister Manajemen)	2011	92	Program Pascasarjana Unisbank Semarang.
2	Modul Lingkungan Bisnis (utk Prodi Magister Manajemen)	2012	71	Program Pascasarjana Unisbank Semarang.
3	Modul Manajemen Sumber Daya Manusia (utk Prodi Magister Manajemen)	2012	83	Program Pascasarjana Unisbank Semarang.

H. Penghargaan Dalam 7 Tahun Terakhir (Dari Pemerintah, Asosiasi Atau Institusi)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Piagam Anugerah Nara Satya Karya Pratama (Atas Kesetiaan Dan Pengabdian Telah Berkarya Sekurang-Kurangnya 15 Tahun Tanpa Terputus Di Universitas Stikubank Semarang)	Yayasan Pendidikan dan Penerbit Mahasiswa Indonesia	28 April 2007

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan hibah kompetisi Nasional Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia(MP3EI).

Semarang, 25 Juni 2015
Pengusul,



Dr. H. Hasan Abdul Rozak, SH, CN. MM

BIODATA ANGGOTA 2

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Dr. Kasmari M.MSI
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki

3	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
4	NIP	YS.2.99.06.020
5	NIDN	0620016401
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Pekalongan, 20 Januari 1964
7	<i>E-mail</i>	f_ksm@yahoo.co.id
8	Nomor Telepon/HP	024-8311668; 081325165689
9	Alamat Kantor	Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Jl. Kendeng V, Bendan Ngisor Semarang
10	Nomor Telepon/Faks	(024) 8414970 Fax (024) 8441738
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S1= 100 Orang, S2= 5 orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	1. Manajemen Produksi
		2. Sistem Informasi Manajemen

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Tanjungpura Pontianak	Universitas Bina Nusantara Jakarta Program Pascasarjana	Universitas Merdeka Malang Program Pascasarjana
Bidang Ilmu	Sosiologi	Manajemen	Ilmu Ekonomi
Tahun Masuk- Lulus	1985-1992	1994-1996	2001-2006
Judul Skripsi/Tesis/ Disertasi	Pola kehidupan mengelompok suku madura di Pontianak	Peranan Executive Information System (EIS) dalam menunjang kegiatan biang pemasaran (studi kasus PT SSAM)	Analisis Pengaruh faktor-faktor karakteristik individu tenaga kerja dan lingkungan bisnis perusahaan terhadap produktivitas industri tekstil di Jawa Tengah
Nama Pembimbing/	Drs. Bambang	DR, Ir, Setya H wiyanto, SE,	Prof, DR, Hj. Djumiati,

Promotor	irawan, BA Drs. Nazarudin, MA	MM	SE,MM DR, Nurdin Kaimuddin, Ir, MS
----------	----------------------------------------	----	---------------------------------------------

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1.	2013	Pengembangan Model Simulasi <i>Supply Chain Management</i> (SCM) Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pabrik Gula Sragi Pekalongan	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
2.	2012	Analisis Kinerja Supply Chain Management Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada PTPN IX – PG. Sragi	Pemda Provinsi Jawa Tengah	Rp 5.000.000
3.	2011	Analisis Perbandingan Perencanaan Persediaan Bahan Baku Menggunakan Metode <i>Just In Time (Jit)</i> Dengan <i>Economic Order Quantity (Eoq)</i> . (Studi Kasus Pada Pt. Pisma Putra Tekstil Pekalongan)	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
4.	2010	Analisa Pengaruh Kompensasi dan Penilaian Kinerja Dosen Terhadap Kinerja Pada Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
5.	2009	<u>Komputerisasi Penyewaan VCD Film Pada Karunia Indah Sentosa Semarang, 2009</u>	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
6.	2009	Pengaruh Hubungan Industrial Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja Pada PT. Benang Pisma Putra Tekstil Pekalongan	FE Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
7.	2007	<u>Pengaruh Karakteristik Individu Tenaga Kerja Terhadap Produktivitas Perusahaan (Studi Kasus Pada</u>	FE Unisbank Semarang	Rp 1.500.000

		<u>PT. Pisma Putra Textile Pekalongan</u>		
8.	2008	<u>Komputerisasi Sistem Informasi Akuntansi Pada Perusahaan Jasa Menggunakan Myob Accounting.</u>	FE Unisbank Semarang	Rp 1.500.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2013	Pelatihan Hecher Itik Untuk Meningkatkan Pendapatan Peternak Itik di Desa Tegal Suruh, Kecama tan Sragi, Kab.Pekalongan	Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah	Rp 5.000.000
2	2012	Workshop Implementasi Peningkatan Kapasitas Berkelanjutan (SCBD) Kabupaten Banjarnegara Tahun 2011/2012	FE Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
3	2012	Pelatihan Review Laporan Keuangan (Neraca, Laba Rugi, Dan Arus Kas) Pada Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Desa (Lpmd) Sijeruk Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan Tahun Buku 2011	FE Unisbank Semarang	Rp 1.000.000
4	2012	Pelatihan Penggunaan Path Analysis Untuk Menguji Pengaruh Variabel Intervening Pada Paradigma Jalur Guru-Guru Anggota	FE Unisbank Semarang	Rp 1.000.000
5	2012	Peningkatan Peran Koperasi Melalui Program Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (Pkk) Pada Ibu Rumah Tangga Guna Meningkatkan Taraf Ekonomi Masyarakat Kelurahan Sampangan Kecamatan Gajah Mungkur	FE Unisbank Semarang	Rp 1.000.000
6	2011	Pelatihan Pemberdayaan Manajemen Koperasi Sebagai Soko Guru Perekonomian Di Desa Sijeruk, Kecamatan Sragi, Kabupaten Pekalongan	FE Unisbank Semarang	Rp 1.000.000

7	2011	Pelatihan Pemanfaatan Limbah Sayur Pasar Dan Ikan Rucah Sebagai Bahan Pembuatan Pelet (Pakan Ikan) Untuk Meningkatkan Pendapatan Peternak Ikan Di Desa Sijeruk Kabupaten Pekalongan	FE Unisbank Semarang	Rp 1.000.000
8	2010	Pelatihan Kewirausahaan Dalam Rangka Peningkatan Daya Sring Kompetensi Siswa SMK Palebon – Semarang	FE Unisbank Semarang	Rp 1.000.000
9	2009	Perancangan Program Penjualan Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha (Pelaksanaan Di Tb. Panca Logam)	FE Unisbank Semarang	Rp 1.000.000

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan hibah kompetisi Nasional Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia(MP3EI).

Semarang, 25 Juni 2015

Pengusul,



(Dr. Kasmari, M.MSI)

BIODATA ANGGOTA 3

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Agus Prasetyo Utomo, MM. M.Kom
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP	YS.2.99.09.024
5	NIDN	0614087201
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Semarang, 14 Agustus 1972
7	<i>E-mail</i>	mustagus@yahoo.com
8	Nomor Telepon/HP	(024)70284080, 08112702866
9	Alamat Kantor	Fakultas Teknologi Informasi UNISBANK Jl. Tri Lomba Juang No. 1 Semarang
10	Nomor Telepon/Faks	(024) 8414970 Fax (024) 8441738
11	Lulusan yang Telah Dihilangkan	S1= 175 orang; S2= 35 orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	1. Audit Sistem Informasi
		2. Analisa Proses Bisnis

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Budi Luhur Jakarta	Universitas Stikubank Semarang	Universitas Diponegoro Semarang
Bidang Ilmu	Komputerisasi Akuntansi	Magister Manajemen	Magister Sistem Informasi
Tahun Masuk-Lulus	1994 - 1998	2007 - 2009	2010 - 2012
Judul Skripsi/Tesis/ Disertasi	Sistem Pengendalian dan Monitoring Pelanggan Pada JUMA AGENCY	Pengaruh Image Lembaga, Kualitas Layanan Terhadap Komitmen Relasional Mahasiswa Dengan Mediasi Kepuasan (Studi Empiris)	Sistem Panel Kinerja Program Studi Sarjana Berbasis BAN PT (Studi Kasus UNISBANK Semarang)

		Pada Program Pasca Sarjana magister Manajemen UNISBANK Semarang	
Nama Pembimbing/ Promotor	Dra. Ratnaningsih. A.W, M.BA	Dr. Erick Santosa, MBA	4. Prof. Drs. Mustafid, M.Eng, Ph.D 5. Drs. Ibnu Widiyanto, MA, Ph.D

C. Pengalaman Penelitian

No	Judul	JenisKegiat	Tahun
1	Perancangan Sistem Informasi Eksekutif (EIS) Dalam Bidang Pemasaran Di Harian Umum Suara Merdeka, Semarang	Penelitian Dosen Muda	2001
2	Profil Kebutuhan Tenaga Kerja Bidang Sistem Informasi	Penelitian	2002
3	Hubungan Minat Mahasiswa Menggunakan Laboratorium Komputer dengan Fasilitas dan pelayanan Laboran	Penelitian	2005
4	Sistem Informasi Penjualan Agro Business Berbasis Web Pada Wilis Nursery Gunung	Penelitian	2007
5	Perancangan Sistem Komputerisasi Proses Pinjaman dan Angsuran Pinjaman Anggota Koperasi (Studi Kasus Pada Koperasi	Penelitian	2008
6	Rancang Bangun Program Aplikasi Quick Count Pada Partai Amanat Nasional	Penelitian	2009
7	Analisis Business Intelligence Berbasis Informasi Pada UNISBANK Semarang	Penelitian	2009
8	Program Aplikasi Kalkulator Angka Romawi Di Internet Dengan Software PHP	Penelitian	2009
9	Rancang Bangun Sistem Informasi Desa Berbasis Web Sebagai Dasar Informasi Geografis Untuk Pemetaan Prioritas Pengentasan Kemiskinan Di Kabupaten	Penelitian Hibah Bersaing DIKTI	2011 Tahun 1
10	Rancang Bangun Sistem Informasi Desa Berbasis Web Sebagai Dasar Informasi Geografis Untuk Pemetaan Prioritas Pengentasan Kemiskinan Di Kabupaten Banjarnegara	Penelitian Hibah Bersaing DIKTI	2012 Tahun 2

11	Analisis Tata Kelola Teknologi Informasi(IT Governance)Pada Bidang Akademik Dengan COBIT FrameWork, Studi Kasus pada Universitas Stikubank	Penelitian	2011
12	Perancangan Sistem Kinerja Lembaga Pendidikan Dengan Metode Balance Scorecard Pada Universitas Stikubank	Penelitian	2012
13	Sistem Monitoring Dan Evaluasi Kinerja Program Studi Dengan Metode Performance Dashboard	Penelitian	2013
14	Perancangan Model Pre Assesment Manajemen Kinerja Universitas Menggunakan Kriteria Malcolm Baldrige	Penelitian	2014

D. Pengalaman Pengabdian Masyarakat:

No	Jud	JenisKegia	Tahun
1	Pelatihan Pembuatan Bahan Ajar Berbasis Komputer Bagi Guru-Guru Di DABIN I Kecamatan Pedurungan Semarang	Pengabdian	2011
	Jaringan Dokumentasi Dan Informasi Hukum (Jdih) Sebagai Sarana Layanan	Pengabdian	2011
3	Pelatihan Instalasi Jaringan Komputer Model Client Server Bagi Guru Sma/Smk/Ma Kota Semarang	Pengabdian	2011
4	Pelatihan Program Aplikasi Microsoft Office Untuk Pegawai Badan	Pengabdian	2012
5	Pelatihan Program Aplikasi Microsoft Office Untuk Pegawai Badan Kepegawaian Daerah (Bkd) Kota	Pengabdian	2012
6	Pelatihan Komputer Lanjutan Bagi Para Pegawai Pada Badan Kepegawaian	Pengabdian	2013
7	Ibm Bagi Kelompok Ikm Pengrajin Batik Kota Semarang,Aplikasi E-Commerce	Pengabdian IbM,	2013

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 7 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1	Pengaruh Teknologi Informasi (Komputer) Terhadap Disiplin Ilmu Akuntansi	Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi- DINAMIK, ISSN : 0854-9524	Volume IX, Januari 2004
2	Dampak Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Proses	Jurnal Ilmiah Teknologi	Volume XI Nomor 2, Juli

	Auditing dan Pengendalian Internal	Informasi-DINAMIK, ISSN : 0854-9524	2006
3	Analisis dan Tata Kelola Teknologi Informasi (IT Governance) Pada Bidang Akademik Dengan COBIT Frame Work	Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi-DINAMIK, ISSN : 0854-9524	Volume 16 No 2, Juli 2011
4	Sistem Panel Kinerja Untuk Program studi sarjana berbasis BAN PT (Studi Kasus pada Unisbank Semarang	Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu (SenmiBL), Universitas Budi Luhur Jakarta	ISSN 2087-0930, 8 Desember 2012
5	Sistem Monitoring dan Evaluasi Kinerja Program Studi Dengan Metode Performance Dashboard	Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi-DINAMIK, ISSN : 0854-9524	Volume 18 No 1, Januari 2013

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan hibah kompetisi Nasional Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia(MP3EI).

Semarang, 25 Juni 2015

Yang menyatakan,

Agus Prasetyo Utomo, MM.,M.Kom

Lampiran-2. Susunan Organisasi Tim Peneliti dan Pembagian Tugas

No	Nama /NIDN	Instansi Asal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (Jam/Minggu)	Uraian Tugas
1	Dr. Endang Tjahjaningsih, SE, Mkom 0622056601	Universitas Stikubank Semarang	Manajemen Pemasaran	10	Koordinator Tim dan FGD, identifikasi dan kajian Ikm, Analisis Kondisi Ikm, Survey, Identifikasi dan Analisis Model, Analisis Data, Pengolahan Data, presentasi, summary hasil, pelaporan
2	Dr. H. Hasan Abdul Rozak, SH, CN. MM 0610116402	Universitas Stikubank Semarang	Manajemen Sumber Daya Manusia	10	Survey, Public Relation, Analisis kondisi Ikm, Development Strategy Pembinaan Ikm berbasis Entrepreneurial Marketing, Analisis data kuantitatif dan kualitatif, Presentasi, laporan
3	Dr. Kasmari M.MSI 0620016401	Universitas Stikubank Semarang	Sistem Informasi Manajemen	10	Analisis Entrepreneurial Marketing, Konsep Distribution Chanel, Entrepreneurial sales management, Promotion, Entrepreneurial Advertising decision, Sistem Informasi manajemen

4	Agus Prasetyo Utomo, MM. M.Kom 0614087201	Universitas Stikubank Semarang	Sistem Informasi /Komputer	10	Segmentasi, Targeting and positioning, Selecting, developing and Evaluating, Pricing Strategy Decision, Building Brand and Building The Companies, cyber Marketing development
5	Kuat Pujiantoro	Universitas Stikubank Semarang	Teknisi	8	Penyiapan perangkat Komputer, jaringan, survey, instalasi, dan pemeliharaan
6	Adi Suryo, SH	Universitas Stikubank Semarang	Administrasi	9	Administrasi keuangan, pendataan/pencatatan, pengetikan, dan surat menyurat

MITRA

1. Mitra Government

- a. Nama Lengkap : Agustiana Wahyuningsih, SH
- b. Nama SKPD : Bappeda Kota Semarang
- c. Jenis Kelamin : Perempuan
- d. Alamat : Jl. Pemuda 148
Semarang Telp. (024)3541095
- e. Jabatan : Kasubid PDU Bappeda
Kota Semarang
- f. Bidang Keahlian : FEDEP

2. Mitra Bisnis 1

- a. Nama Lengkap : Olif (Siti Kholifah)
- b. Nama Unit Usaha : Batik Kinanthi
- c. Jenis Kelamin : Perempuan
- d. Alamat : Jl. Kamfer Raya Blok T No. 15
Semarang, Telp. 0813 2673 0149
- e. Jabatan : Pemilik Unit Usaha/Ketua IKM Batik
Semarang
- f. Jenis Produksi : Batik Tulis dan Batik Cap
- g. Bidang Keahlian : Pembatikan

3. Mitra Bisnis 3

- a. Nama Lengkap : Hagi Hutomo M
- b. Nama Organisasi : Jateng Youth
- c. Jenis Kelamin : Laki-laki
- d. Alamat : Jl. Villa ngaliyan Permai II/P-10
Semarang, Telp. 081390494872
- e. Jabatan : Ketua Jateng Youth Semarang
- f. Jenis Kegiatan : Forum Trademark Kota Semarang

SURAT KERJASAMA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Poernomo Puspo Susilo, S.E, M.M
Nama SKPD : Bappeda Provinsi Jawa Tengah
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Jl. Pemuda 127-133
Semarang Telp. (024)3515591
Pangkat/Golongan : Pembina /IVA
Jabatan : Kasubag UPT pada Bappeda Provinsi Jawa Tengah

Menyatakan kesediaan untuk menjadi mitra dalam kerjasama penelitian dengan judul:
GRAND DESIGN STRATEGI PERCEPATAN PENGEMBANGAN IKM BATIK SEMARANGAN BERBASIS KEUNGGULAN TEKNIK KREATIF YANG SPESIFIK
yang dilaksanakan oleh :

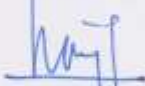
Nama Lengkap & Gelar : Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom
NIP : Y.2.91.10.065
NIDN : 0622056601
Jabatan Akademik/Golongan : Lektor Kepala/IVA
Jabatan : Kepala L.PPM dan Penerbitan
Jenis Kelamin : Perempuan
Bidang Ilmu : Manajemen
Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Stikubank Semarang
Alamat Instansi : Jl. Tri Lomba Juang No.1 Mugasari Semarang

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Semarang, 9 Desember 2013

Mengetahui

Ketua Tim Penelitian
Universitas Stikubank Semarang



Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom

Mitra SKPD
Bappeda Provinsi Jateng



Poernomo Puspo Susilo, S.E, M.M

SURAT KERJASAMA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap	: Kristi Ardiana
Nama Organisasi	: Jateng Youth
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Villa ngaliyan Permai II/P-10 Semarang, Telp. 081390494872
Jabatan	: Ketua Jateng Youth
Jenis Kegiatan	: Forum Trademark Kota Semarang

Keterangan:

(Jateng Youth adalah organisasi independen dibawah United Nation/bagian UNFPA PBB yang mengurus bidang kepemudaan bekerjasama dengan Pemkot Kota Semarang untuk pengembangan budaya dan trademark kota Semarang)

Menyatakan kesediaan untuk menjadi mitra dalam dalam kerjasama penelitian dengan judul: **GRAND DESIGN STRATEGI PERCEPATAN PENGEMBANGAN IKM BATIK SEMARANGAN BERBASIS KEUNGGULAN TEKNIK KREATIF YANG SPESIFIK** yang dilaksanakan oleh :

Nama Lengkap & Gelar	: Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom
NIP	: Y.2.91.10.065
NIDN	: 0622056601
Jabatan Akademik/Golongan	: Lektor Kepala/IVA
Jabatan	: Kepala LPPM dan Penerbitan
Jenis Kelamin	: Perempuan
Bidang Ilmu	: Manajemen
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi/Manajemen
Perguruan Tinggi	: Universitas Stikubank Semarang
Alamat Instansi	: Jl. Tri Lomba Juang No.1 Mugasari Semarang

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Semarang, 9 Desember 2013

Mengetahui

Ketua Tim Penelitian
Universitas Stikubank Semarang


Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom

Mitra Organisasi Kepemudaan
Jateng Youth

Kristi Ardiana

SURAT KERJASAMA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Poernomo Puspo Susilo, S.E, M.M
Nama SKPD : Bappeda Provinsi Jawa Tengah
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Jl. Pemuda 127-133
Semarang Telp. (024)3515591
Pangkat/Golongan : Pembina /IVA
Jabatan : Kasubag UPT pada Bappeda Provinsi Jawa Tengah

Menyatakan kesediaan untuk menjadi mitra dalam kerjasama penelitian dengan judul:
GRAND DESIGN STRATEGI PERCEPATAN PENGEMBANGAN IKM BATIK SEMARANGAN BERBASIS KEUNGGULAN TEKNIK KREATIF YANG SPESIFIK
yang dilaksanakan oleh :

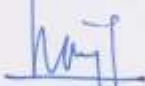
Nama Lengkap & Gelar : Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom
NIP : Y.2.91.10.065
NIDN : 0622056601
Jabatan Akademik/Golongan : Lektor Kepala/IVA
Jabatan : Kepala L.PPM dan Penerbitan
Jenis Kelamin : Perempuan
Bidang Ilmu : Manajemen
Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Stikubank Semarang
Alamat Instansi : Jl. Tri Lomba Juang No.1 Mugasari Semarang

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Semarang, 9 Desember 2013

Mengetahui

Ketua Tim Penelitian
Universitas Stikubank Semarang



Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom

Mitra SKPD
Bappeda Provinsi Jateng



Poernomo Puspo Susilo, S.E, M.M



UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LPPM)

SEKRETARIAT :

Kampus Muga : Jl. Tji Lumbu Juang No. 1 Semarang 50241
Telp. (024) 8431876, 8311688, 8434748 Fax (024) 8443240 E-mail : lppm@stikubank.ac.id

Kampus Bendan : J. Kandang IV Bendan Ngasar Semarang
Telp. (024) 8414970 Fax (024) 8441728 E-mail : lpem@stikubank.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Endang Tjahjaningsih, SE, M.Kom
NIP / NIDN : Y.2.91.10.065/0622056601
Pangkat / Golongan : Pembina/IV-A
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
Alamat : Jl. Puspowarno IV/15 Semarang

Dengan ini menyatakan bahwa proposal penelitian saya dengan judul : *Grand Design Strategi Percepatan Pengembangan IKM Batik Semarangan Berbasis Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik yang diusulkan dalam skim Penelitian Master Plan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) untuk tahun anggaran 2015 bersifat original dan belum pernah dibiayai oleh lembaga / sumber dana lain.*

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diperoses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya penelitian yang sudah diterima ke kas negara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Semarang, 21 April 2014

Yang Menyatakan,

Mengetahui,
Kepala LPPM UNISBANK,

Dr. Endang Tjahjaningsih, SE, M.Kom



Dr. Endang Tjahjaningsih, SE, M.Kom