

Koridor : Jawa
Fokus Kegiatan : Industri Tekstil

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



**FOKUS/KORIDOR:
TEKSTIL / JAWA**

TOPIK KEGIATAN

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

TIM PENGUSUL:

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

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

DEWI HANDAYANI U.N.,S.Kom.,M.Kom (0616036902)

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

**UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK) SEMARANG
NOVEMBER 2016**

Koridor : Jawa
Fokus Kegiatan : Industri Tekstil

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



**FOKUS/KORIDOR:
TEKSTIL / JAWA**

TOPIK KEGIATAN

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

TIM PENGUSUL:

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

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

DEWI HANDAYANI U.N.,S.Kom.,M.Kom (0616036902)

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

**UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK) SEMARANG
NOVEMBER 2016**

HALAMAN PENGESAHAN
PENPRINAS MP3EI

Judul Kegiatan : Grand Design Strategi Percepatan Pengembangan IKM Batik Semarang Berbasis Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 574 / Pemasaran

Fokus Koridor : Jawa

Ketua Peneliti

A. Nama Lengkap : Dr. ENDANG TJAHJANINGSIH SE,M.Kom
B. NIDN : 0622056601
C. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
D. Program Studi : Manajemen
E. Nomor HP : 08156534204
F. Surel (e-mail) : e.cahyaningsih@gmail.com

Anggota Peneliti (1)

A. Nama Lengkap : HASAN ABDUL ROZAK
B. NIDN : 0610116402
C. Perguruan Tinggi : Universitas Stikubank

Anggota Peneliti (2)

A. Nama Lengkap : AGUS PRASETYO UTOMO M.M, M.Kom
B. NIDN : 0614087201
C. Perguruan Tinggi : Universitas Stikubank

Anggota Peneliti (3)

A. Nama Lengkap : RR DEWI HANDAYANI UNTARI N S.Kom, M.Kom
B. NIDN : 0616036902
C. Perguruan Tinggi : Universitas Stikubank

Institusi Mitra

A. Nama Institusi Mitra : IKM Batik Semarang [batik Kinanti]
B. Alamat : Jl. Kanfer Raya blok T no.15 Banyumanik Semarang
C. Penanggung Jawab : Siti Kholifah

Lama Penelitian Keseluruhan : 3 Tahun

Penelitian Tahun ke : 2

Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp 549.472.000,00

Biaya Tahun Berjalan : - diusulkan ke DIKTI Rp 199.982.000,00
- dana internal PT Rp 0,00
- dana institusi lain Rp 0,00
- inkind sebutkan



Mengetahui
Kepala LPPM

(Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E., M.Kom)
NIP/NIK Y.2.91.10.065

Semarang, 24 - 8 - 2016,
Ketua Peneliti,

(Dr. ENDANG TJAHJANINGSIH SE,M.Kom)
NIP/NIKY.2.91.10.065



Menyetujui,
Rektor UNISBANK Semarang

(Dr. Hasan Abdul Rozak, SH., CN, M.M)
NIP/NIK Y2.92.07.079

RINGKASAN

Usaha batik merupakan salah satu bentuk dari industri kreatif. Untuk membangun industri kreatif diperlukan satu inovasi yang terus menerus yang bisa menghasilkan ide-ide kreatif dan inovasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui bahwa posisi batik Semarang di Jawa Tengah masih pada posisi embrio (rata-rata merupakan IKM batik yang baru tumbuh). Untuk menaikkan posisi batik Semarang ke posisi yang lebih tinggi diperlukan suatu strategi yang mampu mensinergikan para pemangku kepentingan (Stakeholder) di klaster batik Semarang. Selain itu untuk memposisikan batik Semarang agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat diperlukan beberapa strategi untuk percepatan pertumbuhan batik Semarang, yaitu (1) 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, (2) Menggunakan pendekatan Entrepreneurial marketing dalam pembinaan dan pendampingan IKM batik Semarang dan untuk memposisikan batik Semarang agar bisa mempunyai kekhasan yang spesifik dengan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, (3) Strategi pemanfaatan *cybermarketing* sebagai salah satu inovasi teknologi informasi dan komunikasi dalam pengembangan IKM berupa portal yang bisa mengakomodasi kegiatan promosi, publikasi, dan pemasaran secara on-line, membangun CRM untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan database pemasok dengan aplikasi SCM.

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

DAFTAR ISI HALAMAN JUDUL

i

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN.	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Khusus, Keutamaan, Luaran, dan Kontribusi	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 State Of The Art	7
2.2. Peta Jalan (Road map) Penelitian	8
2.2.1. Road Map Tahun Pertama Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik	9
2.2.2. Road Map Tahun Ke 2 Entrepreneurial Marketing	10
2.3. Konsep Kewirausahaan	11
2.4. Hubungan Antara Pemasaran dan Kewirausahaan	12
2.5. Entrepreneurial Marketing	13
BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	15
3.1. Tujuan Penelitian.....	15
3.2. Manfaat Penelitian.....	15
BAB IV. METODE PENELITIAN	16
4.1. Jenis dan Sumber Data	16
4.2. Jalanya Penelitian	16
BAB V. HASIL YANG DICAPAI	17
5.1. Identifikasi Responden	17
5.2. Pemecahan atau Solusi Masalah	21
5.3. Luaran Yang Dihasilkan.....	24
5.3.1. Hasil Kesimpulan Tahun I.....	24
5.3.2. Hasil Luaran dari Kegiatan Tahun II.....	25
a. Model Strategi Pendampingan IKM Batik Semarangan	25
b. TOT (Training For Trainer) Batik Fraktal dari JBATIK Bandung	26
c. Paper Makalah Pada Prosiding SENMI Universitas Budi Luhur Jakarta 30 juli 2016.	
ISSN: 2087-0930	28

d. 8 Haki Desain Petikan Motif Batik Wali (Pada Tahap Pendaftaran).....	29
e. Video Tutorial Teknik Batik Dengan Menggunakan Pewarna Alami.....	38
f. Video Tutorial Teknik Tie Dye	40
g. Video Profile Salah Satu Pengrajin Batik Pewarna Alami	41
h. Video Profile Karya Kriya Batik	42
i. Workshop dan Pelatihan Teknik Kreatif Batik Fraktal pada tanggal 06 Agustus 2016 yang diikuti kluster IKM Batik Semarang, Perwakilan Jateng Youth, dan Perwakilan Dosen	39
j. Jurnal Internasional (Masih Draft)	41
k. Buku Ajar.....	41

BAB VI PENUTUP

6.1 SIMPULAN

6.2 SARAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemampuan Industri Kecil Menengah (IKM) untuk bertahan dalam kondisi kritis terjadi karena dua faktor utama. Pertama, kandungan lokal yang tinggi pada input produksinya. Keunggulan faktor ini dapat diteruskan untuk menghasilkan komoditas dengan keunikan dan kekhasan tertentu yang menjadi nilai lebih produk untuk membuatnya memiliki daya saing lebih di pasar sehingga tidak sedikit produk dari berbagai IKM ini ada yang menembus pasar ekspor. Faktor yang kedua adalah fleksibilitas dalam merespon permintaan pasar, karena sebenarnya seorang wirausahawan yang baik itu harus bisa melihat dengan jeli dan efektif mengenai *Customer Value* sehingga mereka dapat membuat sebuah strategi untuk mencapai *Customer Value* tersebut secara konstan. Namun jika IKM ini tidak bisa membuat suatu produk atau jasa yang mempunyai kekhasan dan tidak mampu merespon pasar dengan baik umumnya mereka hanya mengandalkan pasar lokal dan permintaan dalam negeri. Sehingga kemampuan mereka untuk melakukan terobosan baru dalam pengembangan produk itu lemah dan mereka cukup puas dengan apa yang diperoleh, hal inilah yang menyebabkan kemampuan untuk bersaing dari produk mereka menjadi lemah.

Oleh karena itu sebelum mengenal *customer value*, seorang wirausahawan jika ingin membangun sebuah IKM harus memperhatikan mengenai sikap-sikap *entrepreneurship* dan juga mengenai proses-proses awal dalam membuat suatu usaha baru, sebab dengan memperhatikan hal-hal ini dapat memunculkan sebuah inovasi, apakah itu inovasi produk ataupun inovasi proses produksi yang bisa dijadikan keuntungan dalam bersaing. Namun hal tersebut akan menjadi suatu usaha yang percuma jika tidak disampaikan kepada masyarakat, oleh karena itu perusahaan juga harus memasarkan produk atau jasanya dengan kegiatan pemasaran yang sesuai dengan perusahaan berskala kecil menengah, yakni *entrepreneurial marketing*. *Entrepreneurial Marketing* sendiri merupakan teknik pemasaran yang disesuaikan

dengan perusahaan berskala kecil menengah yang terdiri dari beberapa tahapan. Tahap awal yang perlu diperhatikan adalah mengenai penetapan *segmentation, targeting, and positioning* untuk menentukan konsumen mana yang akan dijadikan sebagai sasaran pemasaran dan kemudian diikuti dengan penetapan produk yang akan dijual. Setelah produk ditentukan langkah selanjutnya adalah menetapkan strategi harga yang disesuaikan dengan sasaran pasar dan yang dapat memberikan kekuatan untuk menarik konsumen, kemudian dikomunikasikan keberadaan suatu perusahaan dengan kegiatan *public relation*.

Batik tulis sebagai hasil budaya bangsa Indonesia telah mendapatkan pengakuan dari UNESCO, hal ini dikarenakan banyak langkah nyata yang telah dilakukan untuk melindungi dan melestarikan batik secara turun temurun oleh pemerintah beserta rakyat Indonesia. Namun demikian eksistensi pengakuan tersebut bisa dicabut apabila kita tidak dapat melestarikannya.

Berdasar jejak sejarah batik di Semarang menurut Pepin Van Roojen, menemukan beberapa jenis batik dari Semarang seperti yang ditulis dalam bukunya berjudul Batik Design. 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.

Batik Semarang merupakan salah satu batik pesisiran. Istilah batik pesisiran sebenarnya berasal dari era kolonial Belanda yang membuat pengelompokan batik yang pada saat itu pengelompokan antara batik dari daerah Solo dan Yogyakarta, dengan batik pesisir. Batik pesisir adalah batik yang pembuatannya di luar solo dan Yogyakarta, tepatnya di daerah pesisir utara Pulau Jawa. Motif batik pesisir lebih bersifat naturalis yang banyak menggambarkan flora dan fauna serta legenda dari satu wilayah, lebih bebas dan warnanya lebih beragam karena adanya pengaruh budaya dari luar. Utamanya motif batik pesisir banyak dipengaruhi oleh budaya Cina Tiongkok dengan sejarah kedatangan para pedagang ke daerah pantai utara pulau Jawa (pantura). Selain itu, pengaruh masuknya agama Islam pada abad ke-16. Puncak kemajuan batik pesisir terjadi sekitar abad ke-19 saat pengusaha Indo-Belanda hadir, yang berperan pada usaha pembatikan.

Industri batik merupakan salah satu bentuk dari industri kreatif. Untuk membangun industri kreatif diperlukan satu inovasi yang terus menerus yang bisa

menghasilkan ide-ide kreatif dan inovasi. Satu upaya kreatif diperlukan mulai dari design motif yang bisa mencirikan keunikan batik yang dihasilkan, proses produksi yang bisa mempercepat produksi batik, alat yang bisa digunakan untuk mempercepat desain motif yang hasil akhirnya bisa menghasilkan produk yang mempunyai keunikan, dan mampu bersaing dengan produk lain.

Berdasar kondisi realita di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat kota semarang sendiri dan masyarakat luas belum mengenal secara baik motif-motif batik khas Semarang, Padahal sudah banyak dari motif batik Semarang yang sudah dipatenkan seperti berikut ini: Motif Tetenger Kutho, Motif Dlorong Asem Baris, Motif Legenda Banyumanik, Motif Legenda Jembatan Mberok, Motif Tosan Aji, Motif Puspa Lestari, Motif Legenda Watu Gong, Motif Kuliner Bandeng Presto, Motif Semesta, Motif Merak Bertengger, Motif Legenda Pleburan, Motif Legenda Gedong Songo, Motif Kembang Kipas, Motif Pesona Tugu Muda, Motif Gua Kreo, Motif Legenda Pekojan, Motif Daun Menari, Motif Merak Puspa Rukmi, motif Legenda Sendang Mulyo, Motif Legenda Jatingaleh, Motif Kembang Beras, Motif Samodro Amangku Nagari, Motif Legenda Meteseh, Motif Asem Manis, Motif Wono Segoro, Motif Wewe Gombel, Motif Puspita Indah, Motif Wit Asem Ing Tugu, Motif Kuliner Lonpia II, Motif Dlorong Asri, Motif Blekok Ing Laut Marina, Motif Legenda Pasar Johar, Motif Asem Tugu Semarang, Motif Tari Kupu Ing Ron Pring, Motif Kuliner Tahu Gimball. Berikut ini beberapa contoh yang bisa dilihat pada gambar 1.



Batik motif Blekok

Batik Lumpia-2

Motif Wewe Gombel

Gambar 1.1. Batik Semarang Yang sudah di Patenkan

Proses pembuatan batik tulis Semarang selama ini masih banyak dilakukan dengan cara klasik, dimana proses pembuatan batik untuk 1 (satu) lembar kain batik mulai dari desain motif, pewarnaan, pencelupan hingga penglorotan malam memakan waktu mulai dari beberapa hari sampai satu bulan (tergantung kerumitan motif), yang

berakibat besarnya beban biaya produksi pada satu lembar kain batik tulis Semarangan yang berimplikasi pada harga batik tulis Semarangan dibanding dengan harga batik tulis di daerah lain yang lebih mapan menjadi lebih mahal.

Analisis sementara berdasar riset di lapangan adalah proses produksi dalam pembatikan yang memakan waktu lama, jumlah tenaga pembatik di kota Semarang yang terbatas mengakibatkan upah pembatik menjadi tidak rasional untuk bersaing (Rp.50.000 per hari), keterbatasan dan ketersediaan bahan baku yang tergantung pada daerah lain, keterampilan proses lanjutan membatik serta jiwa entrepreneur yang minim menjadi masalah utama pengrajin batik tulis Semarangan. Sementara permintaan pasar dan daya tarik batik tulis yang memiliki kekhasan masih tinggi beserta diferensiasi produk batik tulis yang bisa menjadikan peluang bagi para pengrajin. *Pengembangan klaster batik Semarang untuk meningkatkan daya saing produk batik Semarangan masih banyak mengalami kendala. Sebagian besar pengrajin batik Semarang sepakat bahwa kendala terbesar adalah masalah efektifitas dan efisiensi dalam proses produksi, salah satunya adalah biaya tenaga produksi di Semarang jauh lebih mahal di banding kota lain. Upaya membangkitkan kejayaan batik Semarang telah dimulai tahun 2005, dipelopori oleh Pemerintah Kota Semarang saat itu. Walaupun tidak ditemukan generasi perajin batik asli dari kampung Batik, namun Pelatihan-pelatihan telah banyak diadakan. Untuk menghidupkan kembali batik Semarangan tahun 2010 pemerintah kota Semarang memberikan bantuan kepada pengrajin batik yang mulai tumbuh di wilayah Semarang yaitu dalam bentuk pameran, peralatan membatik, pelatihan membatik, dan modal.*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tjahjaningsih menyatakan bahwa posisi batik Semarangan di Jawa Tengah masih pada posisi embrio dimana rata-rata merupakan IKM batik yang baru tumbuh. Untuk menaikkan posisi batik Semarangan ke posisi yang lebih tinggi diperlukan suatu strategi yang mampu mensinergikan para pemangku kepentingan (*Stakeholder*) di klaster batik Semarangan. Selain itu untuk memposisikan batik Semarangan agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat diperlukan model strategi yang sesuai atau cocok untuk percepatan pertumbuhan batik Semarangan.

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.

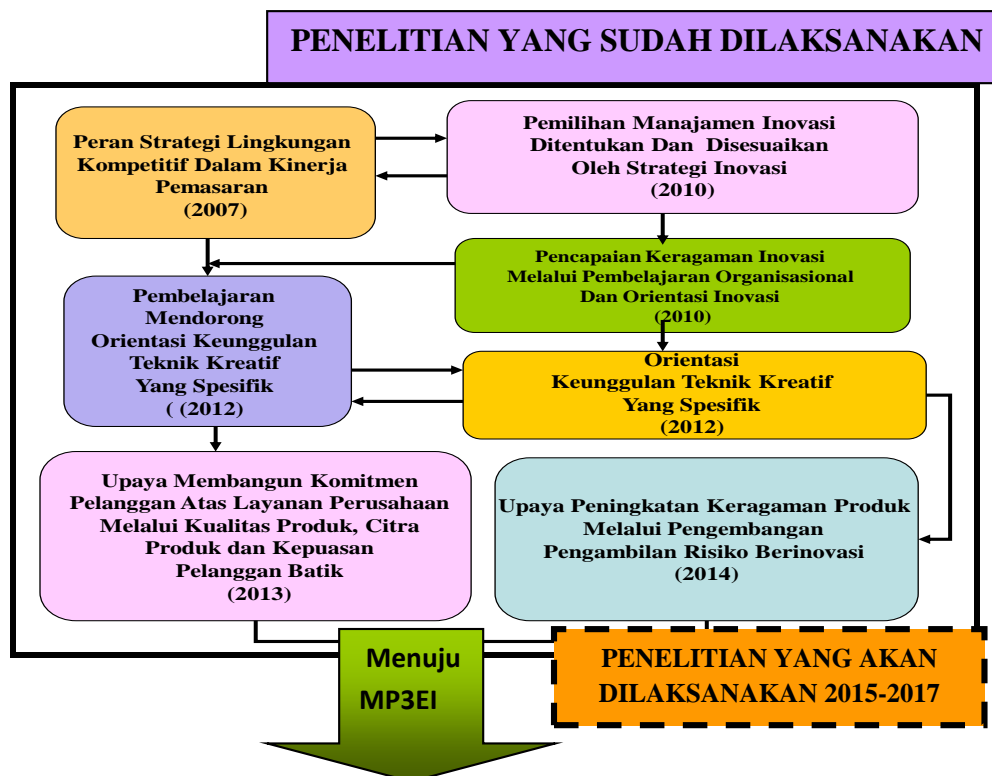
Dalam disertasi Tjahjaningsih (2012) yang berjudul Strategi Peningkatan Kinerja Organisasi: Pengambilan Risiko Berinovasi Dan Orientasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spesifik, menghasilkan temuan yang berhasil menjelaskan bahwa kinerja IKM batik di Provinsi Jawa Tengah dapat dicapai dengan meningkatkan 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.

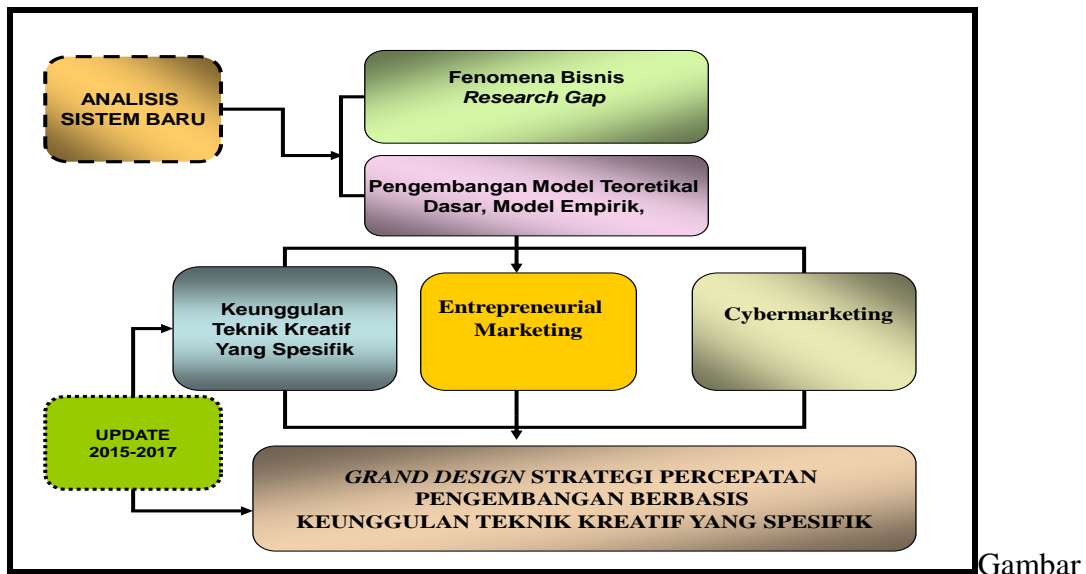
Penelitian yang berorientasi pada keunggulan teknik kreatif yang spesifik */orientation on the advantage of specific creative technique* dapat dihasilkan jika IKM batik sukses membangun, memelihara dan mengembangkan berbagai keunggulan yang spesifik sebagai hasil dari asset strategik yang dimiliki organisasi (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



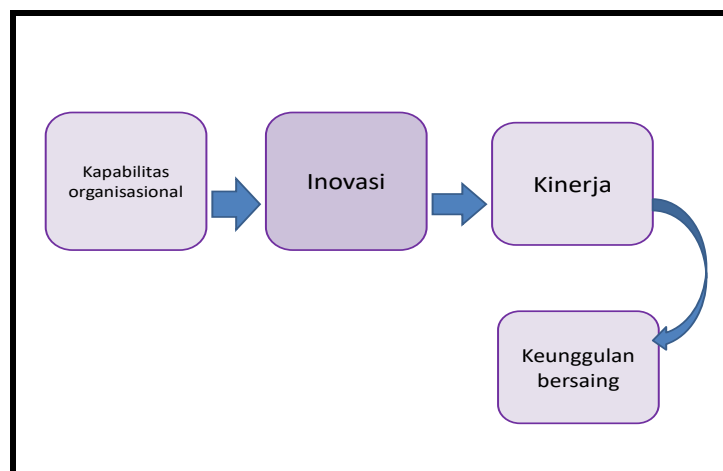


2.1 Road map penelitian

Peta jalan penelitian untuk strategi percepatan pertumbuhan IKM batik Semarangan 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*.

2.2.1. 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:

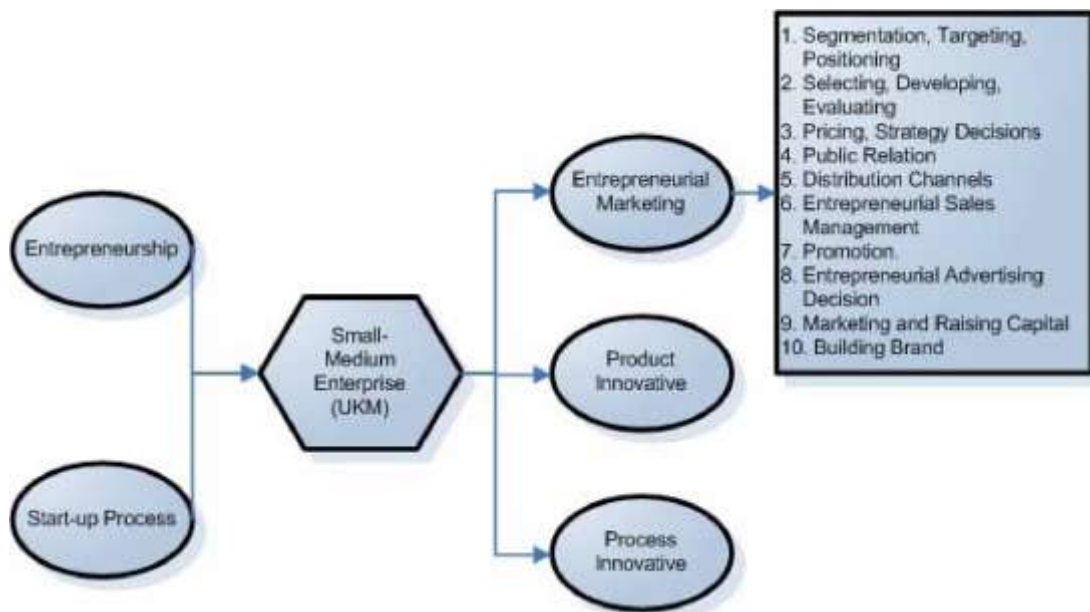


2.2. Road map penelitian tahun 1

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.

2.2.2. Road Map Tahun Kedua 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*

2.3. Konsep Kewirausahaan

Menurut Kruger pendefinisian mengenai entrepreneurship ini juga terdapat banyak versi dari berbagai perspektif, hal ini dikarenakan adanya cara pandang dan adanya perbedaan kepentingan antara satu institusi dan institusi maupun perbedaan dari antara sesama kaum akedemisi. Diantaranya adalah :

1. Entrepreneurship is an attempt to create value through recognition of business opportunities (Kao, 1991);
2. Entrepreneurship is the creation of new organizations (Gartner, 1985);
3. Entrepreneurship is the process of creating something different with value by devoting the necessary time and effort, assuming the accompanying financial psychological and receiving the resulting rewrds of monetary and personal satisfaction. (Hisrich, 1985);
4. Entrepreneurship is the creation of an innovative economic organization for the purpose of gain or growth under conditions of risk and uncertainty. (Dollinger, 1995);
5. Entrepreneurship is a way thinking, reasoning, and acting that is opportunity obsessed, holistic in approach and leadership balanced. (Timmons, 1999).
6. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk memanfaatkan dan mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dijual atau dipasarkan, memberikan nilai tambah dengan memanfaatkan upaya, waktu, biaya, atau kecakapan dengan tujuan mendapatkan uang.

Setelah melihat berbagai definisi yang telah disebutkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* adalah suatu proses untuk menciptakan sesuatu yang inovatif yang dapat dijadikan suatu bisnis baru dengan melihat peluang yang ada dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Kewirausahaan mengacu pada mengejar solusi kreatif atau baru untuk tantangan yang dihadapi perusahaan, termasuk pengembangan atau peningkatan produk dan layanan, serta teknik administrasi dan teknologi baru untuk melakukan fungsi-fungsi organisasi. Konsensus dalam manajemen strategis dan sastra kewirausahaan menawarkan tiga dimensi yang mendasari kecenderungan organisasi untuk proses manajemen kewirausahaan: inovasi (yang memperkenalkan barang baru, jasa, atau teknologi, dan untuk mengembangkan pasar baru), pengambilan risiko (yang membuat keputusan yang masuk akal ketika menghadapi ketidakpastian lingkungan, sistematis mengurangi faktor risiko) dan proaktif (yang mencari cara baru baik untuk membawa konsep kewirausahaan ke hasil). Menurut Miller sebuah perusahaan kewirausahaan adalah "salah satu yang bergerak di pasar-produk inovasi, melakukan sedikit usaha beresiko, dan pertama untuk datang dengan inovasi proaktif".

2.4. Hubungan Antara Pemasaran dan Kewirausahaan

Baru-baru ini, dalam literatur pemasaran telah ada tren jelas yang membahas pendekatan pemasaran tradisional dari perspektif kewirausahaan dan mengungkapkan keterhubungannya dalam antarmuka pemasaran dan kewirausahaan. Ketika memeriksa definisi pemasaran yang diusulkan oleh Amerika Marketing Association (AMA) pada tahun 2004 dan 2007 masing-masing, dapat dilihat bahwa pemasaran menurut Amerika Marketing Association (AMA) fakta yang menarik perhatian bahwa hubungan antara pemasaran dan kewirausahaan secara bertahap semakin penting. Definisi yang dibuat oleh AMA pada tahun 2007 membahas kegiatan pemasaran sebagai memberikan nilai jangka panjang dengan merubah produk dan layanan daripada sebagai pertimbangan sempit keuntungan jangka pendek bagi para pemangku kepentingan atau organisasi. Demikian juga, Miles dan Darroch menunjukkan bahwa proses *entrepreneurial marketing* meningkatkan pemasaran fokus pada pelanggan dengan pengertian bahwa perusahaan harus proaktif mencari kesempatan untuk inovatif dan efisien menciptakan nilai proposisi yang superior untuk pelanggan saat

ini dan masa depan dan pemangku kepentingan mereka. "*entrepreneurial marketing*" tampaknya menjadi sebuah konsep yang sejauh ini sulit untuk dipahami. Konsep pemasaran kewirausahaan dapat dijelaskan dengan menggunakan konsep pemasaran dan kata-kata tradisional, tetapi tidak pernah dapat sepenuhnya dipahami tanpa termasuk aspek teori kewirausahaan dan karena itu mereka menentukan bahwa cara berbuah memahami subjek menganggap pemasaran kewirausahaan sebagai interface antara pemasaran dan kewirausahaan. Morris et al. menegaskan bahwa pemeriksaan antarmuka pemasaran-kewirausahaan menunjukkan dua bidang studi utama untuk penyelidikan. Yang pertama dapat disebut peran pemasaran di kewirausahaan. Aspek antarmuka yang bersangkutan dengan penerapan alat pemasaran, konsep, dan teori dalam mendukung penciptaan usaha baru dan pertumbuhan usaha kecil. Dimensi kedua dari antarmuka dapat disebut peran kewirausahaan dalam pemasaran. Ini merupakan eksplorasi cara di mana sikap dan perilaku kewirausahaan dapat diterapkan untuk pengembangan program pemasaran. Collinson dan Shaw (2001) dinyatakan dalam studi mereka bahwa, "marketing" dan "kewirausahaan" memiliki tiga bidang utama dari antarmuka. Kedua mata pelajaran yang-perubahan fokus, oportunistik di alam dan inovatif dalam pendekatan mereka untuk manajemen. Demikian pula Carson et al., menganggap fokus utama dari antarmuka sebagai perubahan.

2.5. Entrepreneurial Marketing

Kraus dkk. mengusulkan definisi baru pemasaran kewirausahaan: "Pemasaran Wirausaha adalah fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk membuat, berkomunikasi dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemangku kepentingan, dan yang ditandai dengan inovasi, proaktif mengambil risiko, dan mungkin dilakukan tanpa sumber daya saat ini dikendalikan." *Entrepreneurial Marketing* lebih suka metode pemasaran interaktif, yang bekerja erat dengan konsumen dan menggunakan komunikasi berita dari mulut ke mulut untuk menemukan konsumen baru. . Jiwa wirausaha membuat seseorang mudah terbentuk menjadi tenaga pemasar yang tangguh, sangat peka terhadap perkembangan lingkungan dan dengan cepat ditangkap sebagai kesempatan pasar yang terbuka untuk menciptakan produk yang akan ditawarkan di pasaran.

Entrepreneurial Marketing sendiri definisinya adalah menekankan pada adaptasi teknik-teknik *marketing* yang telah ada kedalam suatu bentuk yang sesuai dengan perusahaan skala kecil menengah dan juga sesuai dengan peranan penting dari seorang wirausahawan terhadap segala kegiatan *marketing*. Karena kegiatan *entrepreneurial marketing* ini merupakan penyesuaian teori-teori *marketing* yang disederhanakan untuk diterapkan pada perusahaan berskala Usaha Kecil menengah maka terdapat beberapa tahapan-tahapan kegiatan yang perlu diperhatikan dalam melakukan *entrepreneurial marketing* dimana tahapan-tahapan ini saling mendukung kegiatan yang satu dengan yang lainnya.

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Mengembangkan suatu model strategi untuk pendampingan IKM batik semarangan yang berbasis keunggulan teknik kreatif, pendekatan *entrepreneurial marketing* dan *cyber marketing*.
2. 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. model strategi untuk pendampingan IKM batik semarangan yang berbasis keunggulan teknik kreatif, pendekatan *entrepreneurial marketing* dan *cyber marketing* 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. Jalannya Penelitian.

Kerangka jalannya penelitian sangat diperlukan bagi peneliti untuk memandu peneliti dalam mengerjakan dan menyelesaikan penelitiannya, maka penulis membuat kerangka Jalannya penelitian yang akan dilakukan. Jalannya penelitian adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi dan pendefinisian masalah
2. Studi literatur
3. Penentuan tujuan dan manfaat penelitian
4. Pengumpulan data
5. Analisis data
6. Solusi pemecahan masalah serta Kesimpulan dan saran

BAB V

HASIL YANG DICAPAI

5.1. Identifikasi Responden

Sampel dalam penelitian ini adalah pengrajin batik Semarangan di Kabupaten dan Kota Semarang berdasarkan industri unggulan klater batik Semarangan yang digolongkan pada tahap embryo/pemula yang berjumlah 70 responden. Jumlah kuesioner yang disebarkan kepada pengrajin batik Semarangan 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 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 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 Semarang 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 Semarang 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 Semarang 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 Semarang diduduki oleh sebagian besar mempunyai status rumah sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian identifikasi usaha yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik pengrajin batik Semarang 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 2 berikut ini:

Tabel 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 Semarang 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 sebagian 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 sebagian 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 1-3 orang baik yang bekerja penuh waktu maupun paruh waktu.

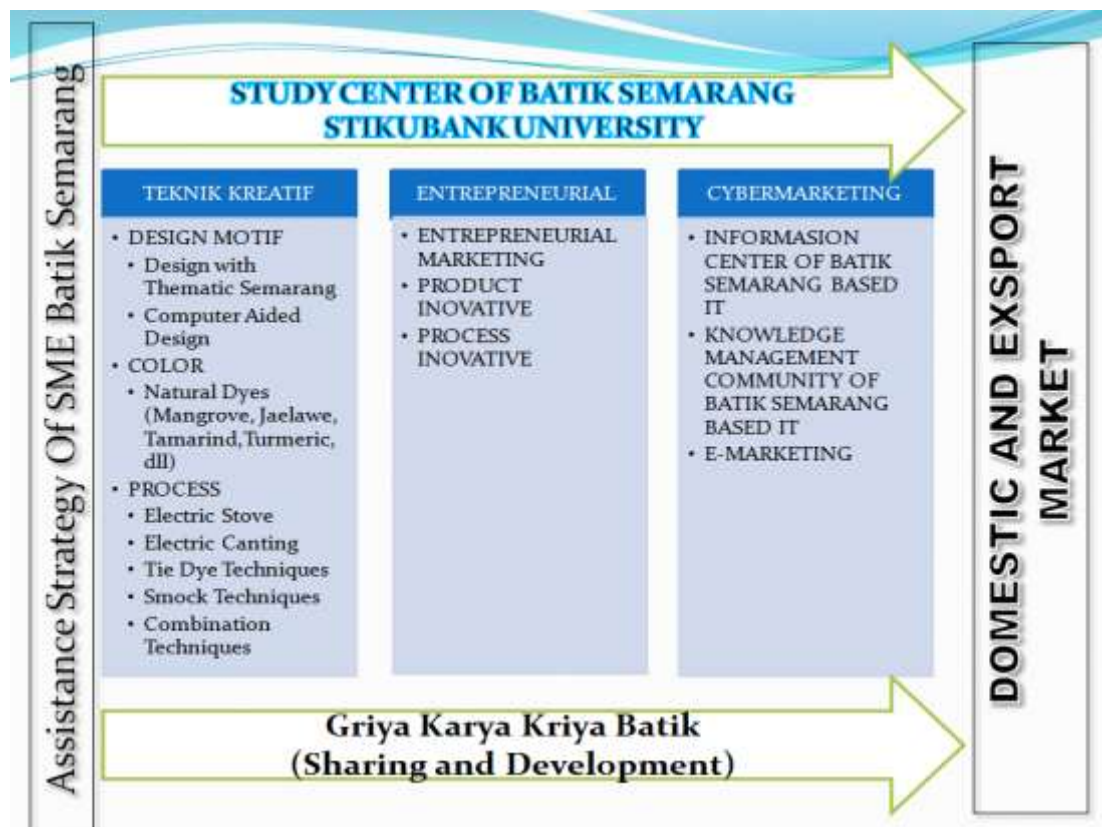
5.2. Pemecahan atau Solusi Masalah

Dari hasil penelitian tahun pertama dapat diambil kesimpulan bahwa pembelajaran organisasional berupa mindset kewirausahaan, manajemen usaha, 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 oleh pelaku IKM batik Semarangan 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.

Temuan lebih mendalam berkenaan dengan permasalahan IKM batik Semarangan dari hasil survey dan riset yang dilakukan tim Griya Kriya Kreatif tahun 2014 dalam iptek bagi masyarakat adalah pengrajin batik Semarangan ditengarai terbiasa membuat tanpa melihat kebutuhan pasar yang ada. Hal ini terjadi karena sebagian besar pengrajin batik Semarangan masih berada pada fase yang baru tumbuh tiga hingga empat tahun yang lalu. Hal tersebut yang menjadikan pengalaman dan ketrampilan dari pengrajin batik belum handal. Temuan yang lain yaitu lokasi para pengrajin batik Semarangan yang tersebar di beberapa wilayah yang ada di Semarang menjadikan kurangnya komunikasi diantara mereka, kepedulian dan kebersamaan diantara pengrajin batik menjadi salah satu kendala yang ada.

Walaupun pemerintah kota telah melakukan upaya memfasilitasi baik berupa pembinaan, pendampingan, dan pelatihan serta melakukan klusterisasi, tetapi hal tersebut kurang dapat berjalan secara optimal karena kurangnya pendampingan yang terintegratif dan pemetaan/klasifikasi potensi pengrajin yang ada. Berdasarkan temuan-temuan diatas maka dirumuskanlah model strategi untuk pendampingan IKM batik semarangan.

Adapun model strategi tersebut seperti terlihat pada gambar 5.1 berikut ini.



Gambar 5.1. Model Strategi Pendampingan IKM Batik Semarangan

Dari model strategi pendampingan yang ada, ada beberapa hal penting untuk memberikan solusi yang terintegrasi pada pendampingan IKM batik semarangan, yaitu :

1. Pusat Kajian Batik Semarangan.

Pusat kajian ini ada di dalam kampus Universitas Stikubank Semarang. Pusat kajian batik semarangan di pandang penting untuk menjaga konsistensi perhatian terhadap perkembangan IKM batik semarangan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh kampus. Pusat kajian ini akan mengkaji terkait

dengan berbagai pendekatan disiplin ilmu yang dimiliki oleh kampus baik dalam bentuk penelitian maupun pengabdian masyarakat.

2. Griya Karya Kriya Batik

Griya Karya Kriya Batik merupakan unit usaha yang didirikan di dalam kampus yang lebih di tekankan pada riset dan pengembangan batik semarangan dengan menggunakan pendekatan teknik kreatif, entrepreneurial dan cybermarketing. Sehingga diharapkan kedepannya unit bisnis ini bisa digunakan sebagai wadah untuk berbagi/sharing dan pengembangan IKM batik semarangan

3. Proses pendampingan dengan Teknik Kreatif, Entrepreneurial, dan Cybermarketing

Beberapa upaya untuk mengembangkan karya yang kreatif dan inovatif adalah dengan mengembangkan teknik kreatif dalam memproduksi batik semarangan, yaitu desain motif batik, proses membatik, dan pewarnaan. Desain motif batik semarangan harus bisa diterima oleh pasar dengan tidak meninggalkan ciri khas keunikan kota Semarang. Penggunaan desain dengan berbantuan komputer sangat diperlukan untuk membantu pengrajin dalam menghasilkan motif-motif batik yang kreatif dan inovatif dengan waktu yang lebih cepat. Perangkat lunak konsep fractal, photoshop dan coreldraw bisa digunakan untuk menggabungkan teknik menggambar dengan efek, maupun dengan kuas elektronik bisa mempercepat pembuatan motif yang kemudian diperbanyak untuk proses lanjut dalam membatik. Desain motif yang dihasilkan diharapkan bisa di patenkan karena motif batik khas semarangan yang nantinya dihasilkan bisa beragam dengan gabungan beberapa teknik dalam bentuk pola majemuk. Dari kekhasan ini diharapkan bisa menjadi ciri yang unik dan susah untuk ditiru oleh pesaing karena keunikan produk yang dihasilkan.

Pewarnaan batik dengan menggunakan pewarna sintetis dalam jangka panjang dapat memberikan dampak buruk bagi lingkungan. Isu global yang mengangkat tema kembali ke alam memberikan gagasan untuk mengurangi penggunaan pewarna sintetis dalam produksi batik semarangan. Pewarna alami dapat digunakan sebagai pilihan utama dalam proses produksi batik. Pewarna alam yang digunakan dengan memanfaatkan tanaman disekitar yang berpotensi menghasilkan warna dan limbah baha baku warna seperti sabut kelapa yang bisa

menghasilkan warna batik coklat dengan perpaduan dengan warna alam lain. Pewarna alami yang digunakan dalam produksi produksi batik diantaranya adalah Sabut kelapa (warna coklat), Kayu Secang (warna merah muda), daun Ketapang (warna hijau), Indigofera (warna biru), Tingi (coklat Tua) dan warna daun sirih yang diharapkan bisa sekaligus menjaga kulit pengguna batik. Penggunaan Asem Jawa sebagai warna sekaligus berfungsi sebagai pengunci warna.

Pendekatan pendampingan dengan konsep entrepreneurial adalah dengan menggunakan konsep *entrepreneurial marketing*. Tahapan yang dilakukan dalam *entrepreneurial marketing* adalah sebagai berikut:

- a. *Segmentation, targeting, dan positioning*
- b. *Selecting, developing, evaluating*
- c. *Pricing, strategy Decisions,*
- d. *Public Relation*
- e. *Distribution Channel*
- f. *Entrepreneurial SalesManagement*
- g. *Promotion*
- h. *Entrepreneurial Advertising Desicion*
- i. *Marketing and raising capital*
- j. *Building Brand and Building The Companies*

Pendekatan entrepreneurial ini juga di fokuskan pada bagaimana memperbaiki produk-produk batik semarangan dengan menggunakan pendekatan yang menekankan pada proses inovatif dan produk inovatif.

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. 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*. 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.

- c. *Infrastructure Companies.* *Infrastructure companies* didefinisikan sebagai perusahaan-perusahaan penyedia berbagai produk maupun jasa yang memungkinkan terselenggaranya kegiatan bisnis secara online. Perusahaan-perusahaan tersebut dapat berupa: internet service provider, advertising agencies, maupun hardware/software providers seperti halnya IBM, Compaq, Nestcape, maupun microsoft.

5.3. Luaran Yang Dihasilkan

5.3.1 Hasil kesimpulan tahun 1

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.

5.3.2 HASIL LUARAN DARI KEGIATAN MP3EI TAHUN II

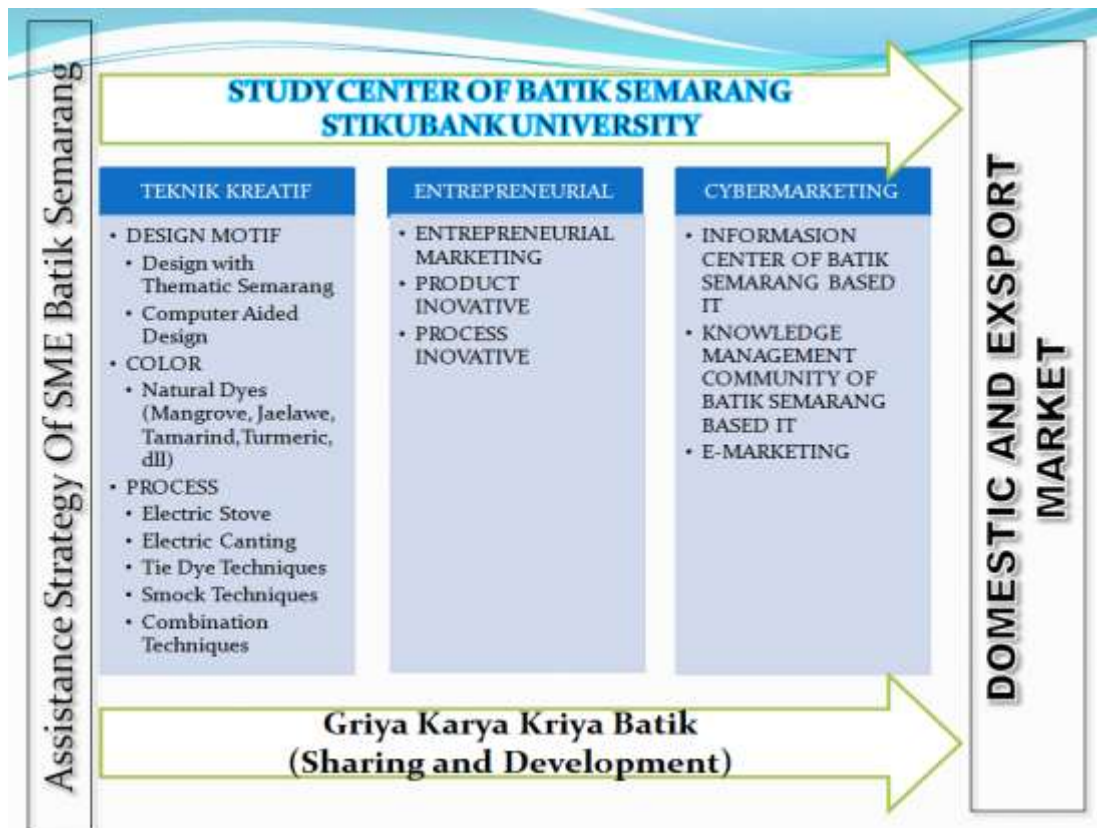
Hasil luaran yang dihasilkan dari kegiatan MP3EI tahun ke 2 dalam laporan kemajuan ini adalah sebagai berikut:

a. **MODEL STRATEGI PENDAMPINGAN IKM BATIK SEMARANG**

Model ini yang digunakan sebagai dasar dalam strategi percepatan pengembangan IKM batik semarangan agar bisa tumbuh dalam menghadapi persaingan yang ada.

Kegiatan yang sudah dilakukan di tahap I (tahun 2015) dan di tahap II ini adalah mengimplementasikan secara langsung kepada para pengrajin sesuai dengan apa yang sudah dihasilkan di tahun I dengan melakukan kegiatan:

1. Pendekatan Entrepreneurial Marketing untuk mengubah mindset kewirausahaan para pengrajin
2. Mengembangkan produk inovatif
3. Mengembangkan proses inovatif



Untuk bisa mengimplementasikan kegiatan tersebut diatas maka dilakukan beberapa aktifitas sebagai berikut:

- Membangun mindset kewirausahaan para pengrajin supaya bisa bersaing dengan pengrajin dari luar semarang;
- Membangun dan mengembangkan database motif batik semarang dalam bentuk digitalisasi motif-motif batik yang menjadi ciri khas Semarang;
- Training batik fraktal ke jBatik;
- Pelatihan dan pendampingan design motif dengan batik fraktal ke Kelompok Usaha Bersama;
- Optimalisasi Merchandising (motif batik supaya berkembang);
- Mengembangkan komunitas karya kriya yang menjadi motor utama dari Karya Kriya;
- Mengembangkan Kriya tangan, termasuk kain, perabot, pernak-pernik buatan tangan, dsb;
- Menciptakan motif yang diHakikan yang berasal dari Kajian Batik;
- Riset pengembangan motif dan aplikasi di tempat lain;
- Aplikasi (konveksi tekstil) dengan desain batik;

b. TOT (*Training For Trainer*) BATIK FRAKTAL DARI JBATIK BANDUNG

TOT batik fractal merupakan salah satu solusi teknik kreatif desain batik dengan menggunakan/berbantuan Komputer. Hasil dari TOT ini sebagai strategi jangka panjang untuk membantu pelaku IKM batik Semarangan dalam mendesain batik dengan teknik kreatif dari software jbatik. Hasil desain dengan software ini diharapkan menghasilkan desain-desain baru yang lebih bervariasi dan menarik dalam waktu yang lebih cepat.

Berikut ini dokumentasi pelaksanaan TOT di Jbatik Bandung.





- c. PAPER MAKALAH ENTREPRENEURIAL MARKETING DAN CYBER MARKETING SEBAGAI SOLUSI STRATEGI PENDAMPINGAN IKM BATIK SEMARANGAN, PADA PROSIDING SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU (SENMI) UNIVERSITAS BUDI LUHUR, JAKARTA 30 JULI 2016. ISSN : 2087-0930



SEMINAR NASIONAL
MULTI DISIPLIN ILMU VII **2016**

ISSN: 2087-0930



UNIVERSITAS
BUDI LUHUR

PROSIDING

Tema :

**INDUSTRI KREATIF UNTUK
PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN
DAN DAYA SAING BANGSA**

Jakarta, 30 Juli 2016



Penerbit
UNIVERSITAS BUDI LUHUR



d. **8 HAKI DESAIN PETIKAN MOTIF BATIK WALI (PADA TAHAP PENDAFTARAN)**

Desain motif batik wali sebanyak 8 desain motif sudah didaftarkan untuk mendapatkan HAKI dari Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Berikut ini 8 desain motif petikan batik wali yang sudah didaftarkan ke Dirjen HAKI.



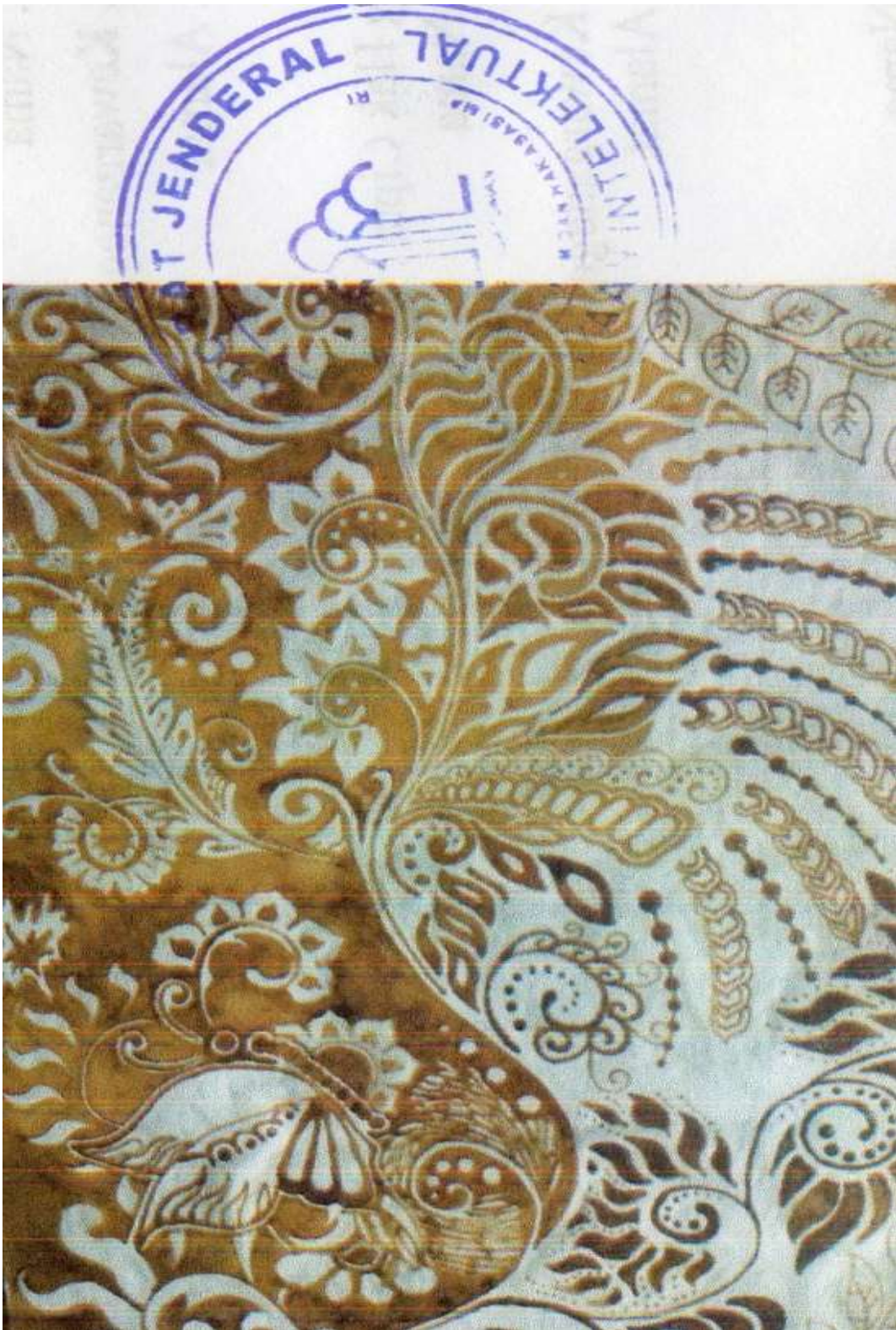
Lampiran I
Peraturan Menteri Kebakiman R.I.
Nomor : M.01-HC.03.01 Tahun 1987

Kepada Yth. :
Direktur Jenderal HKI
melalui Direktur Hak Cipta,
Desain Industri, Desain Tata Letak,
Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang
di
Jakarta

PERMOHONAN PENDAFTARAN CIPTAAN

- I. Pencipta :
- 1. Nama : Roro Dewi Handayani Untari Ningsih,S.Kom. M.Kom
 - 2. Kewarganegaraan : Indonesia
 - 3. Alamat : Jalan Jangli Krajan I/17, RT/RW: 009/006,Karanganyar Gunung
Kecamatan Candisari-Kota Semarang
- II. Pemegang Hak Cipta :
- 1. Nama : Roro Dewi Handayani Untari Ningsih,S.Kom. M.Kom
 - 2. Kewarganegaraan : Indonesia
 - 3. Alamat : Jalan Jangli Krajan I/17, RT/RW: 009/006,Karanganyar Gunung
Kecamatan Candisari-Kota Semarang
- III. Kuasa :
- 1. Nama : _____
 - 2. Kewarganegaraan : _____
 - 3. Alamat : _____
- IV. Jenis dari judul ciptaan yang dimohonkan : Motif Batik "RIMPANG ASMARANALA PETIKAN BATIK WALI"
- V. Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 5 Januari 2016 di Semarang
- VI. Uraian ciptaan : Motif Batik ini berasal dari padanan kata empon-empon yang memiliki makna Rimpang yang berada dalam tanah tidak kelihatan tetapi memiliki kemampuan untuk bertahan hidup dengan baik dalam kondisi apapun, bila musim kemarau daunnya kering tetapi rimpangnya masih ada, sehingga bila hujan akan tumbuh kembali. Diibaratkan orang yang menanamkan kebaikan akan selalu dikenang walaupun sudah meninggal dunia. Cocok untuk filosofinya: Urip Iku Urup yang artinya Hidup itu nyata, Hidup itu hendaknya memberikan manfaat bagi orang lain di sekitar kita, semakin besar manfaat yang bisa kita berikan tentu akan lebih baik.

Semarang, 2 Agustus 2016





Lampiran I
Peraturan Menteri Kehakiman R.I.
Nomor : M.01-HC.03.01 Tahun 1987

Kepada Yth. :
Direktur Jenderal HKI
melalui Direktur Hak Cipta,
Desain Industri, Desain Tata Letak,
Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang
di
Jakarta

PERMOHONAN PENDAFTARAN CIPTAAN

- I. Pencipta :
 - 1. Nama : Roro Dewi Handayani Untari Ningsih,S.Kom. M.Kom
 - 2. Kewarganegaraan : Indonesia
 - 3. Alamat : Jalan Jangli Krajan I/17, RT/RW: 009/006,Karanganyar Gunung
Kecamatan Candisari-Kota Semarang
- II. Pemegang Hak Cipta :
 - 1. Nama : Roro Dewi Handayani Untari Ningsih,S.Kom. M.Kom
 - 2. Kewarganegaraan : Indonesia
 - 3. Alamat : Jalan Jangli Krajan I/17, RT/RW: 009/006,Karanganyar Gunung
Kecamatan Candisari-Kota Semarang
- III. Kuasa :
 - 1. Nama : _____
 - 2. Kewarganegaraan : _____
 - 3. Alamat : _____
- IV. Jenis dari judul ciptaan yang dimohonkan : Motif Batik "WAHYUNING SUMULUR PETIKAN BATIK WALI"
- V. Tanggal dan tempat di-umumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 5 Januari 2016 di Semarang
- VI. Uraian ciptaan : Motif Batik ini berasal dari padanan kata tanaman Sirih/Suruh yang memiliki sifat yang menjalar, pelan dan terus menerus. Tidak merugikan tetapi cenderung memberikan manfaat dan tidak mudah terserang hama. Ciri ini sesuai dengan ciri tanaman sirih atau suruh yang manfaatnya banyak sekali untuk perlindungan. Filosofinya: Surodiro Joyo Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti yang artinya Segala sifat keras hati, picik, angkara murka bisa lebur dengan sikap bijak, lembut dan sabar.

Semarang, 2 Agustus 2016





Lampiran I
Peraturan Menteri Kehakiman R.I.
Nomor : M.01-HC.03.01 Tahun 1987

Kepada Yth. :
Direktur Jenderal HKI
melalui Direktur Hak Cipta,
Desain Industri, Desain Tata Letak,
Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang
di
Jakarta

PERMOHONAN PENDAFTARAN CIPTAAN

- I. Pencipta :
- 1. Nama : Roro Dewi Handayani Untari Ningsih,S.Kom. M.Kom
 - 2. Kewarganegaraan : Indonesia
 - 3. Alamat : Jalan Jangli Krajan I/17, RT/RW: 009/006,Karanganyar Gunung
Kecamatan Candisari-Kota Semarang
- II. Pemegang Hak Cipta :
- 1. Nama : Roro Dewi Handayani Untari Ningsih,S.Kom. M.Kom
 - 2. Kewarganegaraan : Indonesia
 - 3. Alamat : Jalan Jangli Krajan I/17, RT/RW: 009/006,Karanganyar Gunung
Kecamatan Candisari-Kota Semarang
- III. Kuasa :
- 1. Nama :
 - 2. Kewarganegaraan :
 - 3. Alamat :
- IV. Jenis dari judul ciptaan yang dimohonkan : Motif Batik "RINGIN CAKRA MUSTIKA PETIKAN BATIK WALI"
- V. Tanggal dan tempat di-umumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 5 Januari 2016 di Semarang
- VI. Uraian ciptaan : Motif Batik ini berasal dari padanan kata Pohon Beringin yang memiliki sifat berumur panjang, kokoh, rindang, akar-akarnya kuat dan menjalar, bentuk pohonnya tinggi besar namun memiliki buah yang kecil, cocok dengan Filosofi: Ojo Adigang Adigung Adiguna yang artinya, jangan merasa paling kuasa, paling tinggi kedudukannya dan paling unggul, tidak semena-mena dan menyakiti.

Semarang, 2 Agustus 2016





Lampiran I
Peraturan Menteri Kehakiman R.I.
Nomor : M.01-HC.03.01 Tahun 1987



Kepada Yth. :
Direktur Jenderal HKI
melalui Direktur Hak Cipta,
Desain Industri, Desain Tata Letak,
Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang
di
Jakarta

PERMOHONAN PENDAFTARAN CIPTAAN

- I. Pencipta :
- 1. Nama : DR. Endang Tjahjaningsih,SE,M.Kom
 - 2. Kewarganegaraan : Indonesia
 - 3. Alamat : Jalan Puspowarno IV/15, RT/RW: 003/004, Salamanmloyo
Kecamatan Semarang Barat-Kota Semarang
- II. Pemegang Hak Cipta :
- 1. Nama : DR. Endang Tjahjaningsih,SE,M.Kom
 - 2. Kewarganegaraan : Indonesia
 - 3. Alamat : Jalan Puspowarno IV/15, RT/RW: 003/004, Salamanmloyo
Kecamatan Semarang Barat-Kota Semarang
- III. Kuasa :
- 1. Nama : _____
 - 2. Kewarganegaraan : _____
 - 3. Alamat : _____
- IV. Jenis dari judul ciptaan yang dimohonkan : Motif Batik " DWIPA KARPASA PETIKAN BATIK WALI"
- V. Tanggal dan tempat di-umumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 5 Januari 2016 di Semarang
- VI. Uraian ciptaan : Motif Batik ini melambangkan Padi dan Kapas, yaitu sebuah symbol kondisi nyata kehidupan yaitu bahwa selama kebutuhan pangan dan sandangterpenuhi sebagai dasar dari kemakmuran yang ditunjukkan dengan kebahagiaan, kesejahteraan, yang bila terpenuhi akan mengurangi kejahatan. Filosofi: Hamemayu Hayuning Hambrasto Dur Hangkoro yang artinya Manusia hidup di dunia tujuannya adalah untukmengusahakan kemakmuran dan kesejahteraan.

Semarang, 2 Agustus 2016

Tanda Tangan :





Lampiran I
Peraturan Menteri Kehakiman R.I.
Nomor : M.01-HC.03.01 Tahun 1987

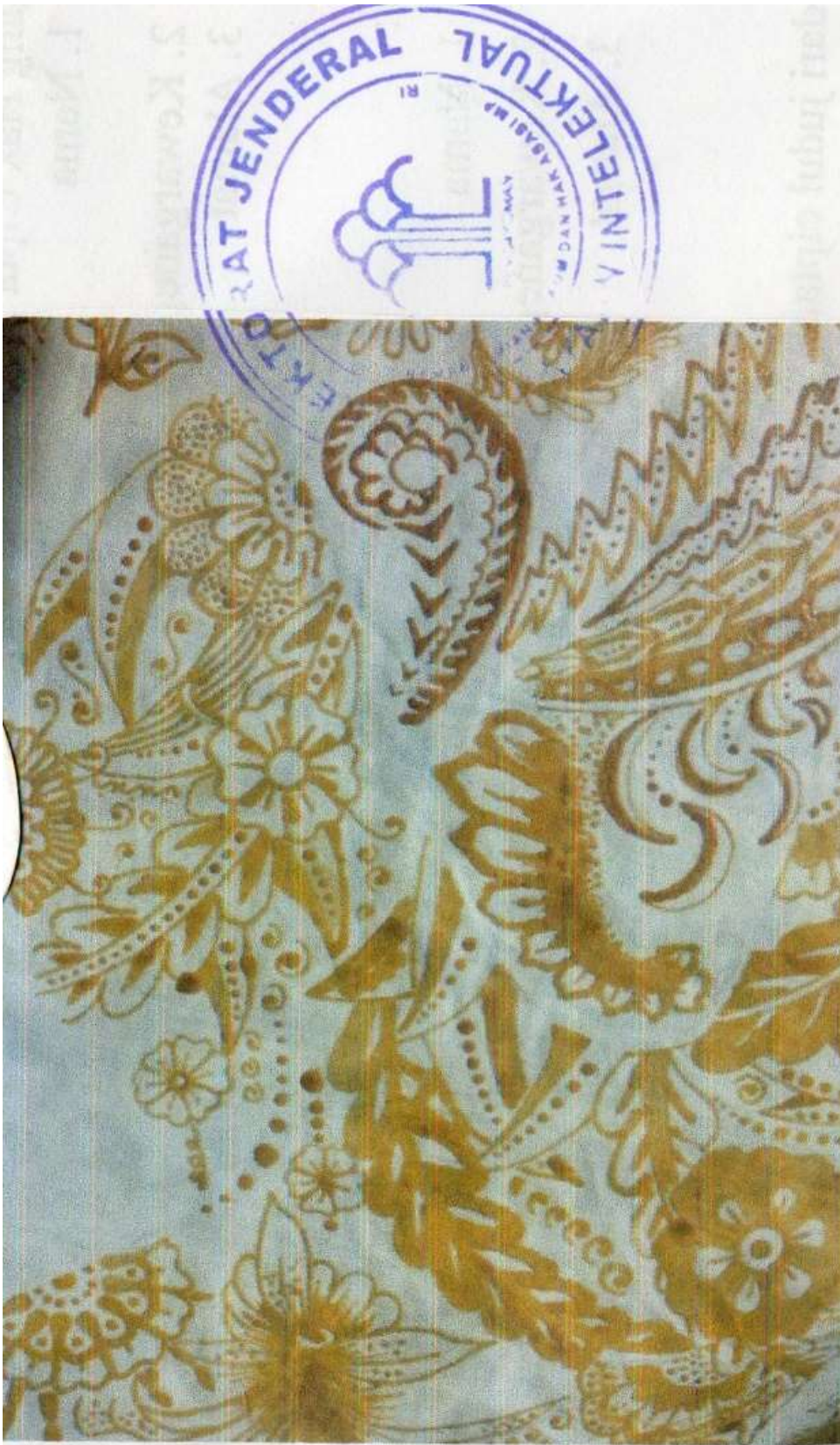
Kepada Yth. :
Direktur Jenderal HKI
melalui Direktur Hak Cipta,
Desain Industri, Desain Tata Letak,
Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang
di
Jakarta

PERMOHONAN PENDAFTARAN CIPTAAN

- I. Pencipta :
1. Nama : DR. Endang Tjahjaningsih,SE,M.Kom
2. Kewarganegaraan : Indonesia
3. Alamat : Jalan Puspowarno IV/15, RT/RW: 003/004, Salamanmloyo
Kecamatan Semarang Barat-Kota Semarang
- II. Pemegang Hak Cipta :
1. Nama : DR. Endang Tjahjaningsih,SE,M.Kom
2. Kewarganegaraan : Indonesia
3. Alamat : Jalan Puspowarno IV/15, RT/RW: 003/004, Salamanmloyo
Kecamatan Semarang Barat-Kota Semarang
- III. Kuasa :
1. Nama : _____
2. Kewarganegaraan : _____
3. Alamat : _____
- IV. Jenis dari judul ciptaan yang dimohonkan : Motif Batik " PUSPOWARNO ARUM PETIKAN BATIK WALI"
- V. Tanggal dan tempat di-umumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 5 Januari 2016 di Semarang
- I. Uraian ciptaan : Motif Batik ini berasal dari padan kata taman bunga yang beraneka rupa dan harum sebagaimana bunga yang pesonanya hanya sesaat yang juga akan mengalami gugur. Filosofinya adalah: Ojo ketungkul Marang Kemareman Kalungguhan lan Kadonyan, yang artinya: Jangan Terobsesi dengan Kepuasan sesaat yang bersifat Keduaniaan dan Kedudukan

Tanda Tangan : _____

Nama Lengkap : DR. Endang Tjahjaningsih,SE,M.Kom





Lampiran I
Peraturan Menteri Kehakiman R.I.
Nomor : M.01-HC.03.01 Tahun 1987

Kepada Yth. :
Direktur Jenderal HKI
melalui Direktur Hak Cipta,
Desain Industri, Desain Tata Letak,
Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang
di

Jakarta

PERMOHONAN PENDAFTARAN CIPTAAN

- I. Pencipta :
1. Nama : Agus Prasetyo Utomo, S.Kom, MM,M.Kom
2. Kewarganegaraan : Indonesia
3. Alamat : Jalan Kalicari Barat No, 26, RT/RW: 001/003, Ds. Kalicari,
Kecamatan Pedurungan-Kota Semarang
- II. Pemegang Hak Cipta :
1. Nama : Agus Prasetyo Utomo, S.Kom, MM,M.Kom
2. Kewarganegaraan : Indonesia
3. Alamat : Jalan Kalicari Barat No, 26, RT/RW: 001/003, Ds. Kalicari,
Kecamatan Pedurungan-Kota Semarang
- III. Kuasa :
1. Nama : _____
2. Kewarganegaraan : _____
3. Alamat : _____
- IV. Jenis dari judul ciptaan yang dimohonkan : Motif Batik "PUTRI MALU PETIKAN BATIK WALI"
- V. Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 5 Januari 2016 di Semarang
- VI. Uraian ciptaan : Motif Batik ini padanan kata dari tanaman putri malu dimana tanaman ini memiliki sifat respon yang cepat mudah bereaksi dan akan menunduk atau mengatup bila diganggu dan terdapat duri pada batangnya, yang berarti kita harus hati-hati untuk menyentuhnya. Filosofinya: Ojo Gumunan, Ojo Getunan, Ojo Kagetan, Ojo Aleman, yang artinya Jangan mudah terheran-heran, jangan mudah menyesal, jangan mudah terkejut-kejut dan Jangan mudah kolokan atau manja.

Semarang, 2 Agustus 2016

Tanda Tangan





Lampiran I
Peraturan Menteri Kehakiman R.I.
Nomor : M.01-HC.03.01 Tahun 1987

Kepada Yth. :
Direktur Jenderal HKI
melalui Direktur Hak Cipta,
Desain Industri, Desain Tata Letak,
Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang
di

Jakarta

PERMOHONAN PENDAFTARAN CIPTAAN

- I. Pencipta :
- 1. Nama : Agus Prasetyo Utomo, S.Kom, MM,M.Kom
 - 2. Kewarganegaraan : Indonesia
 - 3. Alamat : Jalan Kalicari Barat No, 26, RT/RW: 001/003, Ds. Kalicari, Kecamatan Pedurungan-Kota Semarang
- II. Pemegang Hak Cipta :
- 1. Nama : Agus Prasetyo Utomo, S.Kom, MM,M.Kom
 - 2. Kewarganegaraan : Indonesia
 - 3. Alamat : Jalan Kalicari Barat No, 26, RT/RW: 001/003, Ds. Kalicari, Kecamatan Pedurungan-Kota Semarang
- III. Kuasa :
- 1. Nama : _____
 - 2. Kewarganegaraan : _____
 - 3. Alamat : _____
- IV. Jenis dari judul ciptaan yang dimohonkan : Motif Batik " SUKET PETIKAN BATIK WALI"
- V. Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 5 Januari 2016 di Semarang
- VI. Uraian ciptaan : Motif Batik ini padanan kata dari rumput dimana sifat rumput itu berpenampilan sederhana bila terinjak berulang kali sekalipun masih akan tetap tumbuh segar, bahkan kemarau yang mengeringkan daunnya, rimpangnya akan tetap bertahan hidup walaupun di tanah yang tandus. Akan muncul di permukaan bumi dengan subur bila datang hujan . Tekadnya yang kuat untuk kebaikan, rasa syukur dan tahan terhadap ujian. Filosofinya: Nglurug Tanpo Bolo, Menang Tanpo Ngasorake, Sekti Tanpo Aji-Aji, Sugih Tanpo Bondo, yang artinya Berjuang Tanpa perlu membawa massa, Menang tanpa merendahkan atau mempermalukan, Berwibawa tanpa mengandalkan kekuatan dan Kaya tanpa didasari kebendaan.





Lampiran I
Peraturan Menteri Kehakiman R.I.
Nomor : M.01-HC.03.01 Tahun 1987

Kepada Yth. :
Direktur Jenderal HKI
melalui Direktur Hak Cipta,
Desain Industri, Desain Tata Letak,
Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang
di
Jakarta

PERMOHONAN PENDAFTARAN CIPTAAN

- I. Pencipta :
1. Nama : DR. H. Hasan Abdul Rozak,SH, CN.MM
2. Kewarganegaraan : Indonesia
3. Alamat : Jalan Karang Bendo No. 7, RT/RW: 001/003, Karangrejo
Kecamatan Gajahmungkur-Kota Semarang
- II. Pemegang Hak Cipta :
1. Nama : DR. H. Hasan Abdul Rozak,SH, CN.MM
2. Kewarganegaraan : Indonesia
3. Alamat : Jalan Karang Bendo No. 7, RT/RW: 001/003, Karangrejo ,
Kecamatan Gajahmungkur-Kota Semarang
- III. Kuasa :
1. Nama : _____
2. Kewarganegaraan : _____
3. Alamat : _____
- IV. Jenis dari judul ciptaan yang dimohonkan : Motif Batik " KEMBANG ISUK SORE PETIKAN BATIK WALI"
- V. Tanggal dan tempat di-umumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 5 Januari 2016 di Semarang
- VI. Uraian ciptaan : Motif Batik ini merupakan padanan kata dari kata bunga isuk sore (pagi dan petang) yang artinya memiliki sifat bunga yang menguncup di pagi hari, di siang hari mekar dan di sore hari menguncup kembali. Yang artinya bahwa hidup ini jangan mudah terombang ambing dengan situasi dan keadaan, tetapi harus teguh pendirian. Filosofinya: Datan Serik Lamun Ketaman, Datan Susah Lamun Kelangan yang artinya Jangan mudah putus asa apabila terkena musibah, dan jangan sedih bila kehilangan.

Semarang, 7 Agustus 2016



e. VIDEO TUTORIAL TEKNIK BATIK DENGAN MENGGUNAKAN PEWARNA ALAMI



f. VIDEO TUTORIAL TEKNIK TIE DYE



- g. VIDEO PROFILE SALAH SATU PENGRAJIN BATIK PEWARNA ALAMI
(BATIQUE MANGROVE)



- h. VIDEO PROFILE KARYA KRIYA BATIK



- i. WORKSHOP DAN PELATIHAN TEKNIK KREATIF BATIK FRAKTAL PADA TANGGAL 06 AGUSTUS 2016 YANG DIIKUTI KLUSTER IKM BATIK SEMARANG, PERWAKILAN JATENG YOUTH, DAN PERWAKILAN DOSEN.

Workshop dan pelatihan ini merupakan proses transfer pengetahuan dan ketrampilan desain motif batik dengan teknik kreatif software Jbatik kepada para pengrajin batik di Semarang.

Berikut ini dokumentasi dari workshop dan pelatihan tersebut.





J. JURNAL INTERNASIONAL TERINDEX SCOPUS

1. Scopus Index Journal and JEL Index 2015

“International Journal of Applied Business and Economic Research – ISSN: 0972-7302: Scopus Index Journal and JEL Index ” article entitled Grand Design of Accelerating The Development of Batik Semarangan Crafsmen Based On Adavantage of Specific Creative Technique ‘online and publication in Vol.13 no: 9 (2015): 6745-6761

2. Scopus Index Journal and JEL Index 2016

“International Journal of Applied Business and Economic Research – ISSN: 0972-7302: Scopus Index Journal and JEL Index ” article entitled ‘Development and Empowerment of Semarang Batik Craftsmen Based on Assistance Strategy of Fractal Batik in the Effort to Build Sustainable Competitive Advantage’ is accepted for print + online publication in Vol.14 no: 12 (2016) issue.

K. BUKU AJAR



L. REMBUG BATIK SEMARANGAN

Sarasehan rembug Batik Semarangan dengan pemangku kepentingan /stakeholder dan pengrajin dalam Klaster Batik Semarang untuk mengangkat Kembali keberadaan Industri Batik Semarang yang pernah jaya. Rembug Batik Semarang ini dihadiri oleh Wakil Walikota Semarang, Ibu Walikota, Pemerhati Batik Semarang, Budayawan, dan Desainer.

Dokumentasi kegiatan diberikan dibawah ini:

1. Pamphlet/Poster undangan

**Rembug
Semarang**

**BATIK SEMARANGAN,
Benarkah ada ??**

Nara Sumber :
HEVEARITA GUNARYANTI
Wakil Walikota Semarang
TIA HENDI
Ketua Dekranasda Kota Semarang
DEWI HANDAYANI
Pusat Kajian Batik Semarang UNISBANK
ELKANA GUNAWAN
Indonesia Fashion Chamber Semarang
GRACE SUTANTO
Pemerhati Batik Semarang
JONGKI TIO
Pemerhati Budaya Semarang

6 Oktober 2016
09.00-13.00 WIB
RESTORAN SEMARANG
Jl. Gajah Mada Semarang
(Depan Ibis Hotel)
cp : NOVIANA (085727213860)
Sekretaris AKU MANDIRI Semarang
TEMPAT TERBATAS !!!

AKUMANDIRI
ASSOSIASI UKM INDONESIA

BPJS Kesehatan
Badan Penyelenggara Jaminan Sosial

Bank Jateng

2. Foto Kegiatan







3. Video Kegiatan

https://www.youtube.com/watch?v=WZK1EVp_7V0



4. Video Tutorial Penggunaan Sarung/Jarik (persembahan Merby Club) untuk komunitas pecinta batik



BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

Industri kecil Menengah memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia ditinjau dari segi jumlah usaha maupun penciptaan lapangan kerja namun dalam perkembangannya terdapat masalah dominan yaitu ketidak mampuan perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran. Oleh karena itu dibutuhkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi perusahaan yang berskala kecil menengah, dalam hal ini strategi tersebut adalah *Entrepreneurial Marketing dan cyber marketing*, yakni adaptasi teknik-teknik *marketing* yang telah ada ke dalam suatu bentuk yang sesuai dengan perusahaan skala kecil menengah dan juga sesuai dengan peranan penting dari seorang wirausahawan terhadap segala kegiatan *marketing*. Pendampingan dan pembinaan mengenai *Entrepreneurial Marketing dan cyber marketing*, sehingga nantinya pengrajin batik semarangan akan mempunyai pengetahuan mengenai teknik pemasaran yang sesuai dengan perusahaannya dan dapat diterapkan dalam usahanya.

Pembinaan *entrepreneurial marketing* diperlukan agar bisa menciptakan daya motivasi dan kesadaran internal para pengrajin. Sehingga nantinya pengrajin batik ini mempunyai daya juang yang berasal dari internal organisasinya, pembinaan ini dapat dilakukan dengan :

1. Mengadakan program pelatihan secara berkala. Program ini dilakukan secara berkala untuk melihat perkembangan manajemen dari pengrajin batik dan juga untuk memberikan masukan-masukan.
2. Mengadakan Seminar . Seminar ini diadakan dengan topik mengenai strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan berskala Usaha Kecil Menengah atau mengenai *Entrepreneurial Marketing dan cyber marketing*
3. Bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan. Pembinaan dilakukan dengan pengusaha-pengusaha besar atau perusahaan-perusahaan besar untuk menggaet para pengrajin batik sebagai mitra kerjasama mereka atau memberikan mereka ruang untuk memasarkan produknya.
4. Bekerjasama dengan pemerintah daerah. Bekerja sama dengan pemerintah daerah agar pemerintah daerah mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang sekiranya dapat

membantu untuk dilakukannya pembinaan manajemen bagi usaha kecil menengah dan juga menyusun rencana-rencana strategis yang dapat membantu pengembangan IKM. Misalnya dengan mengeluarkan kebijakan yang memudahkan IKM dalam mengakses peminjaman modal.

5. Membuat program *e-commerce*. Seharusnya pengrajin memiliki *website* sendiri, yang didalamnya berisi produk-produk yang dihasilkan oleh mereka agar diketahui oleh masyarakat luas.
6. Membuat *group sharing* (kisah-kisah antar sesama pengusaha) agar dapat dijadikan sebagai motivasi ataupun ide dalam mengembangkan bisnis.
7. Membuat katalog yang isinya mengenai profil Perusahaan beserta produk produknya yang kemudian disebarakan ke perusahaan-perusahaan besar.
8. Membuka *outlet* bersama dengan hasil kerjasama untuk memasarkan produk-produk yang dihasilkan.

DAFTAR REFERENSI

- Ahuja.G.,2000, *Collaboration Networks, Structural Holes, and Innovation: A Longitudinal Study*, Administration Science Quarterly, 45, 425-455
- AMA,2007.[http://www.marketingpower.com / Community / ARC / Pages / Additional / Definition / default.aspx](http://www.marketingpower.com/Community/ARC/Pages/Additional/Definition/default.aspx), 20.08.2010.
- Ansoff. H. I. (1957), “Strategies for Diversification”, *Harvard Business Review*, (September-October), pp 113–24.
- Carson, D., S., Cromie, P., McGowan and J., Hill, 1995. “Marketing and Entrepreneurship in SMEs An Innovative Approach”, Prentice Hall, USA.
- Collinson, E. and E., Shaw, 2001. “Entrepreneurial marketing—a historical perspective on development and practice”, *Management Decision* 39, N0.9, pp. 761–766.
- Covin, J. G. & Slevin, D. P. (1994), “Corporate Entrepreneurship in High and Low Technology Industries: A Comparison of Strategic Variables, Strategy Patters 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 Studentliteratur*.
- Hisrich, Robert D., & Michael P., 2004, *Entrepreneurship*, New York, USA, Mcgraw Hills
- Indriantoro dan Supomo. 1999. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi Pertama. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Kraus, Sascha, et. all. 2009. Entrepreneurial Marketing: Moving Beyond Marketing in New Ventures. *International Journal Entrepreneurship and Innovation Management, Special Issue*.
- Kruger, M,E, dikutip dari, www.springerlink.com/index/Y621778U11757TLK.pdf

- Kurgun, Hulya, et. al. 2011. Entrepreneurial Marketing-The Interface between Marketing and Entrepreneurship: A Qualitative Research on Boutique Hotels. *European Journal of Social Sciences*, Volume 26, Nomor 3, Hal. 340-357.
- 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.
- Machfoedz, M., 2004, *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer* , Yogyakarta, Indonesia, Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Miles, M.P. and J., Darroch, 2006. “Large firms, entrepreneurial marketing processes, and the cycle of competitive advantage”, *European Journal of Marketing* 40, No. 5/6, pp. 485-501.
- Morris, M.H., M., Schindehutte and R.W., La Forge, 2002. “Entrepreneurial marketing: a construct for integrating emerging entrepreneurship and marketing perspectives”, *Journal of Marketing Theory and Practice* 10, No. 4, pp. 1–19.
- Morris, M.H. and G.W., Paul, 1987. “The relationship between entrepreneurship and marketing in established firms”, *Journal of Business Venturing* 2, No. 3, pp. 247-259.
- 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
- Roojen, Pepin Van, 1995. *Batik design*, Univ of Washington Pr; Revised edition November
- Stokes, D., 2000, *Entrepreneurial Marketing: A Conceptualization from Qualitative Research*. *Qualitative Market Research*. Vol. 3. No. 1. N.p.
- Tambunan, Margara, & Ubaidillah, 2002, *Memposisikan Usaha Kecil Menengah dalam Pasar Global*, n.p.
- 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

Lampiran -1. Daftar Riwayat Hidup Ketua dan Anggota Penelitian

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BIODATA 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 7 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2006	Analisis Model Dornbusch Sticky Price Terhadap Fakotr-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dollar Amareika Serikat	DP2M Dikti	Rp 10.000.000
2	2007	Undisbursed Loan pada UMKM di Jawa tengah	Bank Indonesia Semarang Jawa Tengah	Rp 100.000.000
3	2008	Penerapan model muradglu dan taskin dalam menjelaskan perilaku tabungan swasta dosmestik di indonesia	DP2M Dikti	Rp 10.000.000
4	2009	Analisis Pengaruh Kefektifan Komunikasi, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Keterhubungan	FE Unisbank Semarang	Rp 2.000.000
5	2010	Membangun Kinerja Organisasi Melalui Keragaman Inovasi	Pemda Provinsi Jawa Tengah	Rp 5.000.000
6	2012	Meningkatkan Kinerja Organisasi Melalui Pembelajaran Organisasional:Peran Oreintasi Keunggulan Teknik Kreatif Yang Spresifik	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
7	2013	Peningkatan Pesan dan Kredibilitas Sumber pada Periklanan Produk Pangan Fungsional	FE Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
8	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
9	2014	Analisis Pengaruh Media Sosial Berbasis Web Terdapa Cutomer Realtionship Management (Studi Kasus Pada Ikm Konveksi Di Jawa Tengah)	FEB Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
10	2014	Upaya Peningkatan Keragaman Produk Melalui Pengembangan Pengambilan Risiko Berinovasi di Jawa Tengah	FEB Unisbank Semarang	Rp 3.000.000

11	2014	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Citra Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pada Pelanggan Supermarket Giant Semarang	FEB Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
----	------	--	-----------------------	--------------

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 1.500.000
7	2012	Tutor: Pelatihan Trading On Line Saham Untuk SMK Negeri 1 Banyudono	FE Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
8	2013	Tutor: Pendampingan Praktis Untuk Pengelola dan karyawan Perusahaan Krupuk Di Sleman	FE Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
9	2013	Peningkatan Pengetahuan Dan Keterampilan Teknis Karyawan BPR Milik Pemda Jawa Tengah	FEB Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
10	2014	Pelatihan Busuness Motivation Training (BMT) Dengan	FE Unisbank Semarang	Rp 1.500.000

		Menggunakan Teknologi Informasi Pada SMKN 10 Semarang		
11	2014	Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Jawa Tengah	FE 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	Penggunaan Strategi Lingkungan Kompetitif Dalam Pemasaran	Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi	Vol.9/No.2/200 7 ISSN:1693-9727
2	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
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 <i>Of Consistency In Business, Acoounting And Management</i> 2012	ISSN2302-9791 CBAM Vol11 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	ISBN 978-602-14119-0-2

		Menghadapi Persaingan Pasar Bebas, 2013	
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 2015</i> , 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, Acoounting 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 Persaingan Pasar Bebas, 2013	Upaya Peningkatan Keragaman Produk Melalui Pengembangan Pengambilan Risiko Berinovasi	23-24 Oktober 2013, Universitas Tanjungpura, Pontianak
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 Penghargaan	Pemberi	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 2008
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, 16 November 2016

Ketua TIM Pengusul



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

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 Pembimbing/ Promotor	Prof. Purwahid Patrik, SH.	Prof. Dr. Soewito.	1. Prof. Dr. Hj. 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 Berkunjung Ke Kota Semarang	Program Pascasarjana Unisbank	Rp 3.000.000

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 Kepariwisata	Vol. V, No. 2, Mei, 2011
2	Kualitas sumber daya Manusia dengan standar kompetensi berdasarkan SKKNI pada industry Jasa Perhotelan	Dinamika Kepariwisata	Vol. IX, No. 2, Oktober, 2011
3	Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah	Dinamika Kepariwisata	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

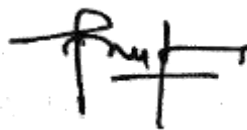
No	Judul Buku	Tahun	Jml Hal	Penerbit
1	Modul Budaya Organisasi (utk Prodi Magister Manajemen)	2011	92	Program Pascasarjana Unisbank Semarang.
2	Modul Lingkungan Bisnis (utk Prodi Magister Manajemen)	2012	71	Program Pascasarjana Unisbank Semarang.
3	Modul Manajemen Sumber Daya Manusia (utk Prodi Magister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

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

No	Jenis Penghargaan	Institusi Penghargaan	Pemberi	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, 16 November 2016



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

BIODATA ANGGOTA 2

a. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap (dengan gelar)	RR. Dewi Handayani UN, S.Kom, M.Kom
2.	Jenis Kelamin	P
3.	Jabatan Fungsional	Lektor
4.	NIP/NIK	YS.2.98.03.007
5.	NIDN	0616036902
6.	Tempat dan Tanggal lahir	Bangkalan, 16 Maret 1969
7.	E-mail	dewi_h@edu.unisbank.ac.id
8.	Nomor Telepon/HP	083842265222
9.	Alamat Kantor	Jl. Trilomba Juang No. 1, Semarang
10.	Nomor Telepon/Fax	(024) 8311668 / (024) 8443240
11.	Lulusan Yang Telah Dihasilkan	S1= Orang , S2= 0 Orang
12.	Mata Kuliah Yang Diampu	1. Rekayasa Perangkat Lunak 2. Riset Teknologi Informasi 3. Metodologi Penelitian 4. Sistem Informasi Geografi (SIG)

b. Riwayat Pendidikan

	S1	S2
Nama Perguruan Tinggi	Sekolah Tinggi Sains dan Teknologi (ST-INTEN) Bandung	Universitas Gadjah Mada Yogyakarta
Bidang Ilmu	Teknik Informatika	Ilmu Komputer
Tahun Masuk-Lulus	1990 – 1994	2000 – 2002
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Rancang Bangun Multimedia Tuntunan Sholat Menggunakan Macromedia Action 2.0	Sistem Pendukung Keputusan Spasial Rencana Teknik Ruang Kota Berdasarkan Tataguna Lahan di Unit Distrik Wonokusumo Surabaya
Nama Pembimbing/Promotor	DR.The How Liong	Dra. Sri Hartati,M.Sc.,Phd.

c. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis, Desertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta Rp.)
1	2014	E-Heritage Warisan Budaya Semarang Dalam Upaya Dokumentasi Digital Untuk Melestarikan Kebudayaan Jawa Tengah dengan WebGis dan Komputasi Awan (ketua)	DIKTI	Rp. 55.000.000,-
2	2014	Web Service Pariwisata Budaya Little Nederlands Dalam Upaya Konservasi (ketua) Warisan Budaya Kota Semarang	UNISBANK	Rp. 3.000.000,-
3	2013	E-Heritage Warisan Budaya Semarang Dalam Upaya Dokumentasi Digital Untuk Melestarikan Kebudayaan Jawa Tengah dengan WebGis dan Komputasi Awan (ketua)	DIKTI	Rp. 45.500.000,-

4	2013	Arsitektur Cloud Computing Dalam Aplikasi Webgis Untuk Kebutuhan Preservasi Dan Metadata Budaya Jawatengah (ketua)	UNISBANK	Rp. 3.000.000,-
5	2012	E-Heritage Warisan Budaya Semarang Dalam Upaya Dokumentasi Digital Untuk Melestarikan Kebudayaan Jawa Tengah Menggunakan Data Inderaja Dan Sistem Informasi Geografi (ketua)	DIKTI	Rp. 37.000.000,-
6	2012	Model Penentuan Wilayah Yang Memiliki Potensi Nilai Ekonomis Bagi Komoditas Perkebunan Di Wilayah Kabupaten Semarang (ketua)	Unisbank	Rp.3.000.000,-
7	2012	Elektronik Ensiklopedi Tanaman Herba Sebagai Bank Data Digital Tanaman Obat (ketua)	Unisbank	Rp.3.000.000,-
8	2011	Penerapan Metode Interpolasi Spasial Data Curah Hujan Menggunakan Metode Poligon Thiessen dan Invers Distance Untuk Memprediksi Sebaran Curah Hujan (Studi Kasus: wilayah Pemalang Jawa Tengah)	Unisbank	Rp.3.000.000,-
9	2011	Model Penentuan Wilayah Yang Memiliki Potensi Nilai Ekonomis Bagi Komoditas Perkebunan di Wilayah Kabupaten Semarang	Unisbank	Rp.3.000.000,-
10	2010	Pembuatan Aplikasi Pembelajaran Kosakata Dan Pronunciation Bahasa Inggris Berbasis Multimedia Bagi Siswa Sekolah Dasar (Studi Kasus : SD Negeri Kadipiro No. 144 Surakarta)	DIKNAS	Rp.14.500.000,-
11	2010	Metode Perkiraan Laju Aliran Puncak (Debit Air) Sebagai Dasar Analisis Sistem Drainase Di Daerah Aliran Sungai Wilayah Semarang Berbantuan SIG	Unisbank	Rp.3.000.000,-
12	2009	Model Analisis Sistem Transportasi Di Wilayah Kota Semarang	Unisbank	Rp.3.000.000,-
13	2009	Analisa Perubahan Tata Guna Lahan Di Wilayah Kotamadya Semarang Jawa Tengah	Unisbank	Rp.3.000.000,-
14	2009	Analisis Sistem Drainase Kota Semarang Berbasis Sistem Informasi Geografi Dalam Membantu Pengambilan Keputusan Bagi Penanganan Banjir Studi Kasus : Di Wil. Kotamadya Semarang	Unisbank	Rp.3.000.000,-
15	2008	Pemodelan Zone Agro-Cultural Berbasis Sistem Informasi Geografi (Studi Kasus : Kabupaten Pemalang Jawatengah)	DIKTI	Rp.25.000.000,-
16	2008	Pendekatan Metode Pembelajaran Bidang Ilmu Komputer Bagi Mahasiswa Teknik Informatika	Unisbank	Rp.3.000.000,-
17	2007	Analisa Alih Fungsi Penggunaan Tataguna Lahan Pada RTRW Wilayah Kotamadya DATI II Semarang	Unisbank	Rp. 1.500.000,-
18	2006	Pemanfaatan Analisis Spasial Untuk Pengolahan Data Spasial Sistem Informasi Geografi	Unisbank	Rp. 1.500.000,-

19	2005	Pemanfaatan Software Artcam Untuk Peningkatan Produk Cetakan/Matras Dalam Skala Industri Menengah Ke Bawah	Unisbank	Rp. 1.500.000,-
20	2004	Pemanfaatan Teknologi Wireless Application Protocol (WAP) untuk Mengakses Informasi Akademik Melalui Telepon Seluler	Unisbank	Rp. 1.500.000,-
21	2004	Sistem Informasi Jaringan Jalan dan Transportasi Berbasis Sistem Informasi Geografi dalam Membantu Pengambilan Keputusan untuk Penataan Ruang Kota (Studi Kasus Bandar KedungMulyo Jombang)	Unisbank	Rp. 1.500.000,-

d. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Rp.)
1	2014	Pembuatan Materi Pengenalan Komputer Dalam Kegiatan Pengabdian Pelatihan Pemanfaatan Komputer Untuk Proses Pembelajaran Bagi Ikatan Guru Raudatul Atfal [Igra] Se Kecamatan Banyumanik	UNISBANK	Rp.1.500.000,-
2	2013	Ibm Bagi Kelompok Ikm Pengrajin Batik Kota Semarang. JUDUL: Aplikasi E-Commerce Sentra Batik Di Kota Semarang Sebagai Salah Satu Upaya Media Promosi Dan Transaksi Secara On-Line	DIKTI	Rp.35.000.000,-
3	2013	Pelatihan Pembuatan Blog Bisnis Bagi Ikm Cluster Batik Kota Semarang Dalam Upaya Strategi Pemanfaatan Cybermarketing	UNISBAK	Rp.1.500.000,-
4	2012	Implementasi Pendampingan Aplikasi E-Commerce Sentra Industri Batik di Kota Semarang	UNISBAK	1.500.000
5	2012	Pelatihan Sehari Pengayaan Dan Pengenalan Dasar Sistem Otomasi Berbasis Lego Bagi Siswa Kelas III Jurusan Teknik Jaringan Komputer di SMK NU Ma'arif Kudus	UNISBAK	Rp.1.500.000,-
6	2011	Pelatihan Implementasi Sistem Informasi Geografis (SIG) Pemetaan Kemiskinan di Kabupaten Banjar Negara	UNISBAK	Rp.1.500.000,-

7	2010	Pelatihan Dasar Perakitan Robot Lego Nxt Mindstorm Bagi Siswa SMKN 3 Semarang	UNISBAK	Rp.1.500.000,-
8.	2009	Pelatihan Program Aplikasi Ms. Office Dan Internet Bagi Pegawai Kelurahan Gisikdrono Kecamatan Semarang Barat	UNISBAK	Rp.750.000,-
9.	2009	Pelatihan Program Aplikasi Ms. Office Dan Internet Bagi Pegawai Kelurahan Bongsari Kecamatan Semarang Barat	UNISBAK	Rp. 750.000,-
10.	2008	Pelatihan Program Aplikasi Ms. Office Dan Internet Bagi Pegawai Kelurahan Karangayu Kecamatan Semarang Barat	UNISBAK	Rp. 500.000,-
11.	2008	Pelatihan Program Aplikasi Ms. Office Dan Internet Bagi Pegawai Kelurahan Krobokan Kecamatan Semarang Barat.	UNISBAK	Rp. 500.000,-

e. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Vol / Nomor / Tahun
1	2013	E-Heritage Semarang Cultural As The Effort The Documentation Digital Preservation Cultural In Central Java/ Engineering International Conference p	"UNNES Concervation"2013 Proceeding	ISBN-979-25-2783 / page II-56 - II-63
2	2013	Dokumentasi Dijital Sebagai Metadata E-Heritage Warisan Budaya Semarang dengan Teknologi Komputasi Awan	Jurnal Dinamik,	Dokumentasi Dijital Sebagai Volume XVIII, Januari 2013/ISSN: 0854-9524/Halaman:17-23
3	2012	Generator Model Keputusan Penentuan Wilayah Yang Memiliki Potensi Nilai Ekonomis Bagi Komoditas Perkebunan Di Wilayah Kabupaten Semarang Berbasis Sistem Informasi Geografi	Jurnal Dinamik	Vol XVII, Nomer 2/ISBN 0854-9524/halaman:130-140
4	2012	Metode Thiesen Polygon Untuk Ramalan Sebaran Curah Hujan Periode Tertentu Pada Wilayah Yag Tidak Memiliki Data Curah Hujan /,	Jurnal Dinamik	Volume XVII, Juli 2012/ISSN: 0854-9524/Halaman:154-163
5	2012	Elektronik Ensiklopedi Tanaman Herba Sebagai Bank Data Digital Tanaman Obat /,	Jurnal Dinamik	Volume XVII, Nomor 2 / Juli 2012 / ISSN : 0854 - 9524/Hal.90-97

6	2011	Metode Perkiraan Laju Aliran Puncak (Debit Air) sebagai Dasar Analisis Sistem Drainase di Daerah Aliran Sungai Wilayah Semarang Berbantuan SIG	Dinamik - Jurnal Teknologi Informasi	Vol 16, No 2 (2011)
7	2010	Aplikasi Pembelajaran Kosakata dan Pronunciation Bahasa Inggris Berbasis Multimedia Bagi Siswa Sekolah Dasar (Studi Kasus: SD Negeri KAdipiro No.144 Surakarta)	Jurnal Dinamika Informatika	Volume II, Nomor 2 / Oktober 2010 / ISSN : 2085-3343/Hal.62-67
8	2010	Analisis Sistem Drainase Kota Semarang Berbasis Sistem Informasi Geografi dalam Membantu Pengambilan Keputusan bagi Penanganan Banjir	Dinamik - Jurnal Teknologi Informasi	Vol 15, No 1 (2010)
9	2010	Analisa Optimasi Jaringan Jalan Berdasar Kepadatan Lalulintas di Wilayah Semarang dengan Berbantuan Sistem Informasi Geografi	Dinamik - Jurnal Teknologi Informasi	Vol 15, No 2 (2010)
10	2009	Pengembangan Database Spasial Zona Agri-Cultural Untuk Estimasi Hasil Produktifitas Padi Berbasis Sistem Informasi Geografi Studi Kasus: Wilayah Kabupaten Pemalang Jawa Tengah	Prosiding Seminar Nasional Matematika	ISSN:978-602-8467-12-4/Halaman 366-382
11	2009	Analisis Sistem Drainase Kota Semarang Berbasis Sig Dalam Membantu Dalam Membantu Pengambilan Keputusan Bagi Penanganan Banjir/,	Dinamika Informatika,	Volume 15, Number 1/ 2009/ISSN: 0854-9524/Halaman:41-51
12	2009	Analisis Proses Pembelajaran Untuk Matakuliah Ilmu Komputer Bagi Mahasiswa Teknik Informatika	Jurnal Dinamika Informatika	Volume I, Nomor 2/September 2009/ISSN : 2085 - 3343/Hal.136 - 144
13	2005	Pemanfaatan Analisis Spasial untuk Pengolahan Data Spasial Sistem Informasi Geografi	Dinamik - Jurnal Teknologi Informasi	Vol 10, No 2 (2005)
14	2003	Model Data Spasial untuk Sistem Informasi Geografis	Dinamik - Jurnal Teknologi Informasi	Vol 8, No 1 (2003)

f. Pemakalah Seminar Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan tempat
1.	1 ST PIKSI INTERNATIONAL CONFERENCE ON KNOWLEDGE AND SCIENCES 2014 (1 ST PICK 2014) <i>“Enforcing Sustainable Development Towards A Characterized and Global Competitiveness Nation Through Varios Aspect of Knowledge and Sciences”</i> .	Semarang’s Cultural Eheritage Implementation Using WEB GIS in The Cloud	SABUGA BANDUNG 18-19 NOVEMBER 2014

g. Penghargaan dalam 10 Tahun Terakhir

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Waktu dan tempat
1.	Juara II Ketua Program Studi Berprestasi Tingkat Kopertis Wilayah VI	Kopertis Jawa Tengah	Tahun 2009
2.	Finalis dalam Pemilihan Akademisi Berprestasi Tingkat Nasional	Departemen Pendidikan Nasional RI Direktori Jendral Pendidikan Tinggi	27 s.d 31 Jul 2009

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, 16 November 2016



Dewi Handayani U.N.,S.Kom.,M.Kom

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	E-mail	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 Pada Program Pasca Sarjana magister Manajemen UNISBANK Semarang)	Sistem Panel Kinerja Program Studi Sarjana Berbasis BAN PT (Studi Kasus 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	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan
----	-------	------------------	-----------

			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2001	Perancangan Sistem Informasi Eksekutif (EIS) Dalam Bidang Pemasaran Di Harian Umum Suara Merdeka, Semarang	DP2M Dikti (Dosen Muda)	Rp 5.000.000
2	2002	Profil Kebutuhan Tenaga Kerja Bidang Sistem Informasi	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
3	2005	Hubungan Minat Mahasiswa Menggunakan Laboratorium Komputer dengan Fasilitas dan pelayanan Laboran Universitas STIKUBANK Semarang	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
4	2007	Sistem Informasi Penjualan Agro Business Berbasis Web Pada Wilis Nursery Gunung Pati.	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
5	2008	Perancangan Sistem Komputerisasi Proses Pinjaman dan Angsuran Pinjaman Anggota Koperasi (Studi Kasus Pada Koperasi Amanah Sejahtera Semarang)	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
6	2009	Rancang Bangun Program Aplikasi Quick Count Pada Partai Amanat Nasional KotaSemarang	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
7	2009	Analisis Business Intelligence Berbasis Informasi Pada UNISBANK Semarang	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
8	2009	Program Aplikasi Kalkulator Angka Romawi Di Internet Dengan Software PHP	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
9	2011	Rancang Bangun Sistem Informasi Desa Berbasis Web Sebagai Dasar Informasi Geografis Untuk Pemetaan Prioritas Pengentasan Kemiskinan Di Kabupaten Banjarnegara	DP2M Dikti (Hibah Bersaing Tahun 1)	Rp 34.000.000
10	2012	Rancang Bangun Sistem Informasi Desa Berbasis Web Sebagai Dasar Informasi Geografis Untuk Pemetaan Prioritas Pengentasan Kemiskinan Di Kabupaten Banjarnegara	DP2M Dikti (Hibah Bersaing Tahun 2)	Rp 36.500.000
11	2011	Analisis Tata Kelola Teknologi Informasi(IT Governance)Pada Bidang Akademik Dengan COBIT FrameWork, Studi Kasus pada Universitas Stikubank Semarang.	FTI Unisbank Semarang	Rp 3.000.000

	2013	Sistem Monitoring Dan Evaluasi Kinerja Program Studi Dengan Metode Performance Dashboard	FTI Unisbank Semarang	Rp 3.000.000
	2014	Perancangan Model Pre Assesment Manajemen Kinerja Universitas Menggunakan Kriteria Malcolm Baldrige	FTI Unisbank Semarang	Rp 3.000.000

D. Pengalaman Pengabdian Masyarakat:

No	Tahun	Judul Pengabdian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2011	Pelatihan Pembuatan Bahan Ajar Berbasis Komputer Bagi Guru-Guru Di DABIN I Kecamatan Pedurungan Semarang	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
2	2011	Jaringan Dokumentasi Dan Informasi Hukum (Jdih) Sebagai Sarana Layanan Informasi Publik Bidang Hukum Kabupaten Banjar Negara”	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
3	2011	Pelatihan Instalasi Jaringan Komputer Model Client Server Bagi Guru Sma/Smk/Ma Kota Semarang	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
4	2012	Pelatihan Program Aplikasi Microsoft Office Untuk Pegawai Badan Kepegawaian Daerah (Bkd) Kota Semarang	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
5	2012	Pelatihan Program Aplikasi Microsoft Office Untuk Pegawai Badan Kepegawaian Daerah (Bkd) Kota Semarang	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
6	2013	Pelatihan Komputer Lanjutan Bagi Para Pegawai Pada Badan Kepegawaian Daerah Pemerintah Kota Semarang	FTI Unisbank Semarang	Rp 1.500.000
7	2013	I _{bm} Bagi Kelompok Ikm Pengrajin Batik Kota Semarang, Aplikasi E-Commerce Sentra Batik Di Kota Semarang Sebagai Salah Satu Upaya Media Promosi Dan Transaksi Secara On-Line	DP2M Dikti (Pengabdian Masyarakat I _{bm}) FTI Unisbank Semarang	Rp. 47.525.000 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 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 Auditing dan Pengendalian Internal	Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi-DINAMIK, ISSN : 0854-9524	Volume XI Nomor 2, Juli 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, 16 November 2016



Agus Prasetyo Utomo, S.Kom., 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	Dewi Handayani UN, S.Kom., M.Kom 0616036902	Universitas Stikubank Semarang	Teknik Informatika	10	Analisis Entrepreneurial Marketing, Konsep Distribution Chanel, Entrepreneurial sales management, Promotion, Entrepreneurial Advertising decision, Sistem Informasi manajemen
4	Agus Prasetyo Utomo,	Universitas Stikubank Semarang	Sistem Informasi /Komputer	10	Segmentasi, Targeting and positioning, Selecting,

	MM. M.Kom 0614087201				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 : Poernomo Puspo Susilo, S.E, M.M
- b. Nama SKPD : Bappeda Provinsi Jawa Tengah
- c. Jenis Kelamin : Laki-Laki
- d. Alamat : Jl. Pemuda 127-133
Semarang Telp. (024)3515591
- e. Pangkat/Golongan : Pembina /IVA
- f. Jabatan : Kasubag UPT pada Bappeda
Provinsi Jawa Tengah
- g. Bidang Keahlian : Ekonomi Pembangunan
(Monitoring Evaluasi Data)

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 Banyumanik
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 : Pematikan

3. Mitra Bisnis 3

- a. Nama Lengkap : Kristi Ardiana
- b. Nama Organisasi : Jateng Youth
(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)
- c. Jenis Kelamin : Perempuan
- 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 KERJA SAMA MITRA

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 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 Stikubak 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 ngalihan 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 kerjasama penelitian dengan judul: **GRAND DESIGN STRATEGI PERCEPATAN PENGEMBANGAN IKM BATIK SEMARANGAN BERBASIS KEUNGGULAN TEKNIK KREATIF YANG SPESIFIK** yang dilaksanakan oleh :

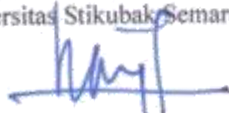
Nama Lengkap & Gelar : Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom
NIP : Y.2.91.10.065
NIDN : 0622056601
Jabatan Akademik/Golongan : Lektor Kepala/IVA
Jabatan : Kepala LPPM dan Penerbitan
Jenis Kelamin : Perempuan
Bidang Ilmu : Manajemen
Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas 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	: Olif
Nama Unit Usaha	: Batik Kinanthi
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Kamfer Raya Blok T No. 15 Banyumanik Semarang, Telp. 0813 2673 0149
Jabatan	: Pemilik Unit Usaha
Jenis Produksi	: Batik Tulis dan Batik Cap

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 Stikubak Semarang


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

Mitra Pengrajin Batik
Batik Kinanthi



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN



UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LPPM)

SEKRETARIAT :

Kampus Mugos : J. Tri Lomba Juang No. 1 Semarang 50241

Telep. (024) 8451973, 8311668, 8454745 Fax (024) 8443240 E-mail : LPPM@stikubank.ac.id

Kampus Bendan : J. Kendeng V Bendan Ngkor Semarang

Telep. (024) 8414920, Fax (024) 8441738 E-mail : lppm@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 diproses 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