Journal Info

Jurnal Ekonomi Dan Bis

Abbreviation:
ekonomi

Publisher Group:
Universitas Pekalongan

Subject:
Economics, Econometrics & Finance

website:

Description:

Announcement
Starting on July 4, 2018 the Indonesian Publication Index (IPI) has been acquired by the Ministry of Research Technology and Higher Education (RISTEKDIKTI) called GARUDA Garba Rujukan Digital (http://garuda.ristekdikti.go.id)
For further information email to portalgaruda@gmail.com

Thank you

PERBANKAN UMUM DAN SYARIAH BERDASARKAN SEKTOR EKONOMI

Zuhari, Ahamad Rifqi (Fakultas Ekonomi UNSOED Purwokerto) ; Adawiyah, Wiwiek Rabiatul (Fakultas Ekonomi Unsoed Purwokerto) ; Najmudin, Najmudin (Fakultas Ekonomi Unsoed Purwokerto)

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol 12, No 1 (2013): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, vol. 12, No. 1 Edisi Maret 2013
Publisher: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis

Show **Abstract** | Download citation: **RIS** (EndNote, Reference Manager, ProCite) | **Bibtex** |
PDF (285 kb) | view from **original source**

2 PENGARUH PENGANGGARAN TERHADAP KINERJA APARAT PEMDA MELALUI SISTEM INFORMASI KEUANGAN DAERAH (STUDI KASUS: PEMDA KAB KUDUS)

Sudaryati, Dwi (Fakultas Ekonomi UPN"Veteran"Yogyakarta)

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol 12, No 1 (2013): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, vol. 12, No. 1 Edisi Maret 2013
Publisher: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis

Show **Abstract** | Download citation: **RIS** (EndNote, Reference Manager, ProCite) | **Bibtex** |
PDF (379 kb) | view from **original source**

3 PEMETAAN DAN ANALISIS KOMPETENSI INTI UKM BATIK DI KABUPATEN PURBALINGGA DENGAN PENDEKATAN VALUE CHAIN

Novandari, Weni (Fakultas Ekonomi Unsoed Purwokerto)

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol 12, No 1 (2013): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, vol. 12, No. 1 Edisi Maret 2013
Publisher: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis

Show **Abstract** | Download citation: **RIS** (EndNote, Reference Manager, ProCite) | **Bibtex** |
PDF (285 kb) | view from **original source**

4 "BLUE AND ECONOMY POLICY" AND THEIR IMPACT TO INDONESIAN COMMUNITY WELFARE

Nurhayati, Siti (Fakultas Ekonomi UNIKAL Pekalongan)

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol 12, No 1 (2013): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, vol. 12, No. 1 Edisi Maret 2013
Publisher: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis

Show **Abstract** | Download citation: **RIS** (EndNote, Reference Manager, ProCite) | **Bibtex** |

Statistics:

34 articles

o 1 (2014): Volume 14, nal Ekonomi Bisnis Volume Maret 2014

o 2 (2013): Volume 13, nal Ekonomi Bisnis Volume September 2013

No 1 (2013): Jurnal i Dan Bisnis, vol. 12, No. Maret 2013

Vol 11, No 01 (2012): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 11 No 01 September 2012

Vol 10, No 1 (2012): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 10 No 01 Maret 2012

Vol 8, No 1 (2010): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, vol. 8, No. 1 Maret 2010

Vol 5, No 2 (2007): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 5, Nomor. 2 September 2007

Vol 5, No 1 (2007): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 5, Nomor. 1 Maret 2007

Vol 4, No 1 (2006): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 4, Nomor. 1 Maret 2006

Vol 3, No 1 (2005): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, vol. 3, No. 1 Maret 2005

Vol 2, No 2 (2004): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, vol. 2, No. 2, September 2004

Vol 1, No 2 (2003): Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, vol. 1, No. 2, September 2003

JURNAL
EKONOMI DAN BISNIS

Analisis Portofolio Kredit Perbankan Umum Dan Syariah Berdasarkan Sektor Ekonomi
Ahmad Rifqi Zuhari - Fakultas Ekonomi UNSOED Purwokerto
Wiwiek Rabiatul Adawiyah - Fakultas Ekonomi UNSOED Purwokerto
Najmudin - Fakultas Ekonomi UNSOED Purwokerto
1-10

Pengaruh Penganggaran Terhadap Kinerja Aparat Pemda Melalui Sistem Informasi Keuangan Daerah (Studi Empiris Pemda Kab Kudus)
Dwi Sudaryati - Fakultas Ekonomi UPN"Veteran" Yogyakarta
11-24

Pemetaan Dan Analisis Kompetensi Inti Ukm Batik Di Kabupaten Purbalingga Dengan Pendekatan Value Chain
Weni Novandari - FE UNSOED Purwokerto
25-36

"Blue And Economy Policy" And Their Impact To Indonesian Community Welfare
Siti Nurhayati - Guru Besar Fakultas Ekonomi UNIKAL
37-42

Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Pemerintah Propinsi Se-Indonesia
Retno Dwijayanti - Alumni Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta
Rusherlistyanti - Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta
43-66

Potensi, Preferensi Dan Perilaku Mahasiswa Terhadap Profesi Auditor
Catur Ragil Sutrisno - Fakultas Ekonomi UNIKAL
Amalia Ilmiani - Fakultas Ekonomi UNIKAL
67-77

J E B I	Volume 12	Nomor 01	Halaman : 001 - 077	Maret 2013	ISSN : 1693 - 0908

Diterbitkan Oleh :
LEMBAGA PENGEMBANGAN MANAJEMEN DAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PEKALONGAN

JURNAL EKONOMI & BISNIS ISSN: 1693-0908

J E B I

DAFTAR ISI

Analisis Portofolio Kredit Perbankan Umum Dan Syariah Berdasarkan Sektor Ekonomi
Ahmad Rifqi Zuhari - Fakultas Ekonomi UNSOED Purwokerto
Wiwiek Rabiatul Adawiyah - Fakultas Ekonomi UNSOED Purwokerto
Najmudin - Fakultas Ekonomi UNSOED Purwokerto
1-10

Pengaruh Penganggaran Terhadap Kinerja Aparat Pemda Melalui Sistem Informasi Keuangan Daerah (Studi Empiris Pemda Kab Kudus)
Dwi Sudaryati - Fakultas Ekonomi UPN"Veteran" Yogyakarta
11-24

Pemetaan Dan Analisis Kompetensi Inti Ukm Batik Di Kabupaten Purbalingga Dengan Pendekatan Value Chain
Weni Novandari - FE UNSOED Purwokerto
25-36

"Blue And Economy Policy" And Their Impact To Indonesian Community Welfare
Siti Nurhayati - Guru Besar Fakultas Ekonomi UNIKAL
37-42

Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Pemerintah Propinsi Se-Indonesia
Retno Dwijayanti - Alumni Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta
Rusherlistyanti - Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta
43-66

Potensi, Preferensi Dan Perilaku Mahasiswa Terhadap Profesi Auditor
Catur Ragil Sutrisno - Fakultas Ekonomi UNIKAL
Amalia Ilmiani - Fakultas Ekonomi UNIKAL
67-77

JURNAL EKONOMI & BISNIS ISSN: 1693-0908

J E B I

PEMETAAN DAN ANALISIS KOMPETENSI INTI UKM BATIK DI KABUPATEN PURBALINGGA DENGAN PENDEKATAN *VALUE CHAIN*

Weni Novandari
FE Unsoed Purwokerto

ABSTRACT

The aimed of this study are 1) To identify the profile ofSMEsin Purbalinggabatikwhich includes the amount, location, production capacity, product type, amount of labor, raw materials and production facilities. 2) To identifythe corecompetenciesof SMEsinPubalinggabatikby Value Chainapproach.

Data collection methodsusedin this studyis the triangulation method, consist of : observation, documentationandinterview. Qualitativedescriptiveanalysis used to analyzethe elements inthe framework ofValueChain Management thatcan bedefinedas a core competencyof SMEsbatikin Purbalingga.

The resultsshown 1) Profilesobtainedin Purbalingga's small enterprises batikwhich has anumber ofmore or lessas many as 400people spreadacross multiplecenters ofbatik, which isin Bobotsari, Bojongsari, Kalimanah, KarangmoncolandKemangkon District. Turnoverestimatedperyearbatikisaround Rp4,595,200,000to Rp9.28 billion. Products resulted includebatikcloth, *sinjang*, and tablecloths. The majority of batik craftsmen still run the business in atraditionalway. 2)Basedon the value chainanalysis, corecompetenciesthat canbe the basis forcompetitive advantagein PurbalinggabatikSMEsare the speed and the craftsmen's abilityin theprocess of makingbatikespeciallyonstage*nyanting*skills that is noteasyto be imitated byotherbatikcraftsmen.

Keywords : SMEsbatik, Core Competence, Value Chain

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tantangan berat dalam pengembangan UKM dalam era perdagangan bebas dan persaingan global saat ini adalah persaingan bisnis yang semakin ketat. Ketatnya kompetisi di dunia usaha juga dirasakan oleh UKM batik di tanah air.Beberapa tahun terakhir, tekstil bermotif batik (batik *printing*) dari sejumlah negara seperti Malaysia, Thailand, Singapura, Afrika Selatan dan Polandia membanjiri Indonesia, dan menyebabkan UKM batik tradisional yang memproduksi batik tulis dan batik cap menghadapi kendala baik dari segi produksi maupun dari segi pemasaran. Hal ini terjadi karena, batik printing dengan teknologi yang canggih dapat diproduksi secara massal dan cepat, dengan harganya relatif lebih murah sehingga lebih banyak diminati oleh konsumen, khususnya kelas menengah ke bawah (http://www.mediacenterkopukm.com)

Intensitas kompetisi dalam industri ini, mengharuskan UKM batik di tanah air untuk memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan agar dapat dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Keunggulan bersaing berkelanjutan merupakan nilai (value) yang mampu diciptakan oleh UKM batik untuk konsumennya secara terus menerus. Dengan keunggulan bersaing yang dimiliki, UKM batik di Indonesia diharapkan

dapat menghasilkan produk batik yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing.

Keunggulan bersaing dapat diraih melalui kompetensi inti yang dimiliki oleh UKM. Kompetensi inti adalah suatu kumpulan yang terintegrasi dari serangkaian keahlian dan teknologi yang merupakan akumulasi dari pembelajaran yang akan bermanfaat bagi keberhasilan bersaing suatu bisnis (Praharald, 1990). Kompetensi inti dapat bersumber dari *tangible* dan *intangible resources* yang membuat organisasi itu unik. Agar kompetensi inti dapat menjadi dasar bagi keunggulan bersaing yang berkelanjutan, beberapa kriteria berikut harus dapat dipenuhi, yaitu ; 1) Kompetensi inti berhubungan dengan aktivitas atau proses yang mendasari value dari produk atau servis yang dihasilkan organisasi. 2) Kompetensi inti merupakan performance yang jauh lebih baik dari pesaing. 3). Kompetensi inti sulit ditiru pesaing (Rianna, 1997). Secara umum, batik Indonesia memiliki keungulan bersaing dari segi kualitas, serta beragamnya desain dan motif batik. Kompetensi inti yang dimiliki oleh perajin batik di Indonesia, yang hingga saat ini masih sulit disaingi oleh karya batik dari negara lain adalah kerajinan batik Indonesia lebih berorintasi pada jenis batik tulis dan cap (hand made) (http://www.mediacenterkopukm.com).

Batik tulis Purbalingga adalah satu diantara beragam batik yang ada di Indonesia. Dalam perkembangannya, batik Purbalingga menghadapi ketatnya persaingan dengan batik-batik lain yang lebih dikenal oleh masyarakat, seperti batik Solo, batik Jogja, batik Pekalongan dan batik Banyumas. Secara umum, batik Purbalingga mempunyai daya saing yang lebih rendah dibanding dengan batik-batik tersebut.

Penelitian Novandari, Wulandari dan Suliyanto (2010) pada industri batik di Kabupaten Purbalingga menunjukkan rendahnyadaya saing batik Pubalingga yang disebabkan oleh berbagai kendala yang dihadapi. Dari segi operasional, kendala utama adalah belum mampunya perajin batik di Pubalingga untuk melakukan sendiri proses produksi kain batik dari awal sampai akhir karena minimnya ketersediaan peralatan penunjang. Pewarnaan bagi batik Purbalingga mayoritas masih dilakukan di Sokaraja. Dari sisi produk, desain produk batik khas Purbalingga masih terbatas dan kurang berkembang. Batik Purbalingga mempunyai motif yang hampir sama dengan batik Banyumas, yaitu desain dengan dominasi tema-tema alam, seperti *jahe serimpang, lumbon* dan *pring sedhapur*.Namun demikian batik Purbalingga mempunyai pola lebih ekspresif dan berani menampilkan pewarnaan yang cerah (merah, hijau, biru dan ungu). Pola batik dibuat besar, ornamen lebih bebas dan penggunaan mata canting yang besar, menimbulkan efek pola secara keseluruhan lebih berani, lugas dan *"blaka"*. (http://www.purbalinggakab.go.id). Dari segi pemasaran, produk batik khas Purbalingga masih dipasarkan untuk wilayah lokal saja, karena mayoritas pengrajin belum mempunyai jaringan pasar akibat keterbatasan informasi dan belum ada koordinasi antar pengrajin.

Penerapan kompetensi inti sebagai sumber keunggulan bersaing dari produk UKM batik di Purbalingga belum banyak digali. Diperlukan upaya untuk dapat mengidentifikasi kompetensi inti yang dimiliki oleh para pengrajin batik di Kabupaten Purbalingga. Identifikasi kompetensi inti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Value Chain* yaitu dengan melakukan identifikasi dan kajian terhadap kompetensi ini pada rantai nilai (*Value Chain*). Rantai nilai atau *value chain* merupakan rantai aktivitas produksi suatu unit usaha, dalam hal ini adalah batik yang meliputi jaringan informasi, jaringan organisasi, jaringan sumberdaya manusia dan jaringan aktivitas yang mencakup aktivitas aliran pasokan bahan baku, aktivitas produksi dan aktivitas distribusi pemasaran. Tujuannya adalah untuk memberikan nilai tambah dari suatu bahan baku hingga menjadi suatu produk yang memiliki nilai yang lebih tinggi.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimanakah profil UKM batik di Kabupaten Purbalingga yang meliputi jumlah, lokasi, kapasitas produksi, jenis produk, jumlah tenaga kerja, bahan baku dan sarana produksi?
2. Kompetensi inti apakah yang dimiliki oleh UKM batik di Kabupaten Purbalingga yang dapat menjadi dasar bagi keunggulan bersaing UKM batik yang berkelanjutan ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Mengidentifikasi profil UKM batik di Kabupaten Purbalingga yang meliputi jumlah, lokasi, kapasitas produksi, jenis produk, jumlah tenaga kerja, bahan baku dan sarana produksi.

2. Mengidentifikasi kompetensi inti UKM batik di Pubalingga dengan pendekatan *Value Chain*

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena pengembangan UKM merupakan kegiatan yang bersifat terus menerus yang di dalamnya terkandung berbagai tindakan manajerial yang memiliki variasi makna. Di samping itu rencana penelitian ini berusaha untuk menganalisis komptensi inti yang dimiliki oleh UKM batik di Purbalingga yang merupakan hasil proses pembelajaran selama bertahun-tahun dan turun temurun dari para perajin dalam proses pembuatan batik

B. Jenis Data

a. Data primer, berupa:

1) Profil UKM batik di Kabupaten Purbalingga yang meliputi jumlah, lokasi, kapasitas produksi, jenis produk, jumlah tenaga kerja, bahan baku dan sarana produksi..

2) Data hasil *in depth interview* peneliti dengan stakeholder yang terkait dengan upaya pengembangan industri batik di Kabupaten Purbalingga, yang meliputi perajin dan pengusaha batik di wilayah Kabupaten Purbalinga, , Forum Pengrajin Batik (FPB) Purbalingga, masyarakat pemerhati batik, pejabat dari instansi yang terkait seperti , Dinas perdagangan industri dan koperasi di Kabupaten Purbalingga serta pengurus Dekranasda Kabupaten Purbalingga

b. Data Sekunder, berupa:

1). Data tentang sejarah perkembangan usaha batik di Kabupaten Purbalingga

2). Data mengenai strategi, program, dan kegiatan yang dilaksanakan oleh yang dilaksanakan oleh pihak-pihak yang bertanggungjawab dalam pengembangan UKM batik di Kabupaten Purbalingga diantaranya; pemerintah,dalam hal ini Dinas Perdagangan, Industri dan Koperasi di Kabupaten Purbalingga, Forum Pengrajin Batik (FPB) Purbalingga, serta pengurus Dekranasda Kabupaten Purbalingga.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode triangulasi, yaitu, metode yang terdiri atas; Observasi, Dokumentasi dan Wawancara (wawancara tidak terstruktur, wawancara terstruktur dengan menggunakan panduan pertanyaan dan *in-depth interview*) kepada para stakeholder yang terkait dengan upaya pengembangan industri batik di Purbalingga.

Adapun tahap-tahap yang akan dilakukan dalam pengambilan data yaitu penelusuran kepustakaan melalui buku, artikel, dan internet terkait dengan kajian penelitian, kemudian wawancara mendalam *(in-depth interview)* dengan dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Purbalingga, pengrajin dan pengusaha batik Purbalingga, masyarakat atau tokoh pemerhati batik serta pihak-pihak lainnya yang terlibat dalam program pengembangan batik Purbalingga. Data-data yang diperoleh akan direduksi (diringkas) dengan tujuan menajamkan, menggolongkan, mengeliminasi data yang tidak dibutuhkan, dan mengkatogorisasi data untuk mendapatkan kesimpulan akhir. Kategorisasi data didasarkan pada metode analisis komparasi. Kategori data adalah salah satu tumpukan dari seperangkat tumpukan yang didasarkan atas dasar pikiran, insitusi, pendapat atau kriteria tertentu (Moleong, 2001).

D. Populasi dan Sampel

Objek dalam penelitian ini adalah UKM batik di Kabupaten Purbalingga yang tersebar di beberapa sentra industri batik, seperti di Bojongsari, Bobotsari, dan Karangmoncol. Jumlah UMKM batik di Kabupaten Purbalingga saat ini mencapai 123 UMKM (http://dinkop_umkm.jatengprov.go.id).

Dalam proses identifikasi kompetensi inti , responden ditentukan secara *purposive* dengan pendekatan *expertise judgemental*, dengan pertimbangan bahwa pihak-pihak tersebut mempunyai kompetensi untuk menilai kompetensi inti yang dimiliki oleh UKM batik di kabupaten Purbalingga. Responden dalam penelitian ini adalah semua stakeholder yang

terkait dengan upaya pengembangan industri batik di Kabupaten Purbalingga, yang terdiri dari perajin dan pengusaha batik di wilayah Kabupaten Purbalinga , Forum Pengrajin Batik (FPB) Purbalingga, masyarakat pemerhati batik, pejabat dari instansi yang terkait seperti , Dinas perdagangan, industri dan koperasi di Kabupaten Purbalingga serta pengurus Dekranasda Kabupaten Purbalingga.

E. Alat Analisis Data

a. Alat analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai profil UKM batik di Kabupaten Purbalingga yang meliputi jumlah, lokasi, kapasitas produksi, jenis produk, jumlah tenaga kerja, bahan baku dan sarana produksi.

b. Pemetaan dan Penentuan Kompetensi Inti UKM batik di Purbalingga

Tahap Analisis :

1) Untuk mengidentifikasi kompetensi inti yang dimiliki oleh UKM batik di Kabupaten Purbalingga dalam membuat batik tulis, digunakan kerangka kompetensi inti dengan pendekatan *Value Chain Management*, yang dikemukakan oleh Porter (1985). Peta Rantai (*Chain Map*) secara garis besar yang menjelaskan tahapan mulai dari input hingga pemasaran produk.

2) Dalam penelitian ini, kompetensi inti UKM batik Kabupaten Purbalingga akan dianalisis dari dua kelompok aktivitas yaitu aktivitas utama (*Primary Activities*) dan aktivitas pendukung (*Support Activities*). Kedua jenis aktivitas ini menjadi unsur pembentuk daya saing UKM.

Aktivitas Primer

Aktivitas-aktivitas primer terdiri atas lima kategori:

a) *Inbound Logistics.*Aktivitas (*inbound logistic*) meliputi aktivitas menerima, menyimpan, mengelola dan mengontrol persediaan bahan baku, pengangkutan dan pengembaliannya pada pemasok.

Analisis akan dilakukan pada aktivitas-aktivitas yang meliputi;

a. penerimaan bahan baku
b. penyimpanan bahan baku
c. pengelolaan dan pengendalian persediaan bahan baku
d. pengangkutan
e. pengembalian bahan baku ke pemasok.

b) *Operation*. Aktivitas yang berhubungan dengan pengubahan bahan baku menjadi produk jadi. Aktivitas Operasi (operations) meliputi kegiatan merubah bahan baku menjadi produk akhir seperti penyediaan dan pemeliharaan mesin produksi, penyediaan perlengkapan produksi dan uji kualitas produk.

Analisis akan dilakukan terhadap aktivitas-aktivitas yang meliputi :

a. Penyediaan dan pemeliharaan mesin produksi dan alat2 produksi
b. Penyediaan dan pemeliharaan peralatan produksi
c. Uji kualitas produk
d. Pengemasan

c) *Outbound Logistics*. Aktivitas yang berkaitan dengan pengumpulan, penyimpanan, dan pendistribusian produk jadi secara fisik kepada pembeli

Analisis akan dilakukan pada aktivitas-aktivitas meliputi ;

a. Pengumpulan produk jadi
b. Penyimpanan produk jadi
c. Pengaturan jadwal pemesanan
d. Pendistribusian produk jadi ke konsumen

d) *Marketing and Sales*. Aktivitas Pemasaran dan Penjualan (marketing and sales) meliputi aktivitas untuk mendorong, membujuk dan membantu konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan yang dapat dilakukan melalui iklan, promosi, pemilihan distributor dan penentuan harga.

Analisis akan dilakukan pada aktivitas-aktivitas;

a. periklanan,
b. promosi,
c. tenaga penjualan,

d. pemilihan distributor
e. *channel relation*, dan
f. penetapan harga.

e) *Service*. Aktivitas yang berhubungan dengan penyediaan jasa untuk meningkatkan atau mempertahankan nilai produk, setelah penjualan
Analisis akan dilakukan pada aktivitas;
a. Perbaikan produk
b. Penyesuaian produk.

3) **Aktivitas Pendukung**
Aktivitas-aktivitas pendukung terdiri dari:

1) *Procurement*. Procurement terkait dengan aktivitas pengadaan/pembelian bahan baku dan peralatan pendukung termasuk asset perusahaan, dan cara pembayarannya
2) *Technology Development*. Aktivitas Pengembangan Teknologi dilakukan melalui penyediaan kebutuhan akan teknologi, prosedur dan teknik terbaru yang diperlukan oleh tiap-tiap aktivitas.
3) *Human Resource Management*. Aktivitas Sumber Daya Manusia meliputi penyeleksian, promosi, penempatan, penilaian, penghargaan dan pengembangan karyawan serta menjaga hubungan antar karyawan.
Analisis akan dilakukan pada aktivitas-aktivitas yang meliputi;
a. Perekrutan
b. *Hiring*
c. Pelatihan
d. Pengembangan
e. kompensasi untuk semua jenis personil.
4) *Firm Infrastructure* Aktivitas Infrastruktur meliputi pengelolaan masalah perencanaan, keuangan, manajemen umum, akuntansi, hukum dan hubungan dengan pemerintah.

2) Penentuan Kompetensi Inti

Kompetensi Inti UKMditentukan dari kompetensi-kompetensi dalam rantai nilai yang telah diidentifikasi. Kriteria pemilihannya adalah dengan mempertimbangkan:

1. Keunikan
2. Daya saing
3. Keterbukaan terhadap pasar baru
4. Manfaat yang lebih baik bagi pelanggan (Porter,1985)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Industri Batik di Kabupaten Purbalingga

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Purbalingga diperoleh informasi bahwa jumlah pengrajin batik yang masih bertahan hingga saat ini kurang lebih sebanyak 400 orang pengrajin. Mereka tersebar di beberapa sentra batik, seperti di Kecamatan Bobotsari, Kecamatan Bojongsari, Kecamatan Kalimanah, Kecamatan Kemangkon dan Kecamatan Karangmoncol. Perkiraan omzet batik per tahun adalah berkisar Rp 4.595.200.000 sampai dengan Rp 9.280.000.000. Produk yang dihasilkan diantaranya adalah kain batik, sinjang, dan taplak meja.Mayoritas pengrajin batik masih menjalankan usahanya secara tradisional. Kendala umum yang dihadapi oleh para pengrajin adalah kendala pemasaran. Hal ini diperberat dengan semakin banyaknya batik printing dengan harga murah yang beredar di pasar.

B. Analisis Pemetaan Kompetensi Inti

Wawancara mendalam dilakukan dengan stakeholder yang terkait dengan upaya pengembangan industri batik di Kabupaten Purbalingga, yang terdiri dari wakil Dinas perdagangan, industri dan koperasi di Kabupaten Purbalingga, pengurus Dekranasda Kabupaten Purbalingga, ketua Forum Pengrajin Batik (FPB) Purbalingga, serta pengusaha dan perajin batik Purbalinga untuk menggali kompetensi inti yang dimiliki oleh batik Purbalingga , ditinjau dari aktivitas-aktivitas dalam Value Chain Management. Hasil penelitian secara lengkap dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. **Aktivitas Primer**
   Aktivitas-aktivitas primer terdiri atas lima kategori:
   a) *Inbound Logistics.*Aktivitas (*inbound logistic*) meliputi aktivitas menerima, menyimpan, mengelola dan mengontrol persediaan bahan baku, pengangkutan dan pengembaliannya pada pemasok.
   Bahan baku untuk pembuatan batik secara umum terdiri dari 3 komponen utama yaitu kain, malam, dan pewarna kain. Bahan baku diperoleh dari daerah Purbalingga maupun dari luar daerah. Untuk pengrajin tradisional dengan kapasitas produksi yang masih kecil, umumnya mendapatkan bahan baku dari pengepul atau membeli langsung di toko penyedia bahan baku untuk membatik di Purbalingga. Sedangkan beberapa pengusaha batik dan pengepul yang membutuhkan bahan baku dalam jumlah yang relative lebih banyak, menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku dari luar daerah, diantaranya Pekalongan, Yogyakarta dan Solo.

   Tidak terdapat cara khusus dalam penyimpanan persediaan bahan baku. Kain cukup diletakkan di tempat yang kering dan bersih. Malam disimpan di dalam ruangan yang kering dan tidak terkena sinar matahari langsung. Sedangkan pewarna kain disimpan dalam wadah tertutup dan terhindar dari sinar matahari.
   Daya simpan bahan baku bervariasi. Kain dapat disimpan dalam jangka waktu lebih dari 5 tahun. Daya simpan malam kurang lebih 5 tahun, serta pewarna kain hanya dapat disimpan dalam jangka waktu kurang lebih 3 bulan.
   Mayoritas pembatik tradisional di Purbalingga tidak melakukan pengelolaan dalam persediaan bahan baku, hanya pengusaha batik dan pengepul yang menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku dari luar daerah yang melakukan pengelolaan persediaan bahan baku. Dalam kerjasama yang dijalin dengan pemasok bahan baku, tidak terdapat perjanjian pengembalian bahan baku ke pemasok, oleh karena itu pengelolaan bahan baku dilakukan untuk meminimalkan biaya pemesanan bahan baku, menjamin kualitas bahan baku serta kontinuitas proses produksi.

   b) *Operation*. Aktivitas yang berhubungan dengan pengubahan bahan baku menjadi produk jadi. Aktivitas Operasi (operations) meliputi kegiatan merubah bahan baku menjadi produk akhir seperti penyediaan dan pemeliharaan mesin produksi, penyediaan perlengkapan produksi dan uji kualitas produk.

   Dalam proses pembuatan batik tulis, alat-alat utama yang digunakan diantaranya ; canting, wajan, kompor dan penggawangan. Canting terbuat dari bambu, berkepala tembaga serta bercerat atau bermulut, canting ini berfungsi seperti sebuah pulpen. Canting dipakai untuk menyendok lilin cair yang panas, yang dipakai sebagai bahan penutup atau pelindung terhadap zat warna. Wajan digunakan untuk tempat malam pada saat dipanaskan agar meleleh sehingga mudah untuk ditempatkan mengikuti pola tertentu. Kompor digunakan untuk memanaskan malam. Pada umumnya kompor yang digunakan oleh para pengrajin adalah kompor minyak tanah dan kompor sederhana berbahan baku kayu bakar. Dalam proses pembuatan batik kompor yang terbaik adalah kompor yang mampu menghasilkan nyala yang kecil tetapi stabil. Karena jika nyala apa terlalu besar maka malam akan terlalu cair sehingga sulit untuk menutup pola batik. Pegawangan digunakan untuk untuk menyampirkan kain yang sedang dibatik serta untuk menjemur kain yang telah dicelup.

   Alat-alat tersebut diperoleh dari Purbalingga, Jogja dan Solo. Untuk pemeliharaan alat-alat produksi,

pembatik melakukan pembersihan secara berkala sebulan sekali.

Proses pembuatan batik tulis Purbalingga secara singkat dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Membuat pola pada kain (molani). Pola dibuat dengan menggunakan pensil. Tidak semua pengrajin melakukan proses ini. Untuk motif batik yang sudah sering dibuat beberapa pengrajin tidak perlu membuat pola, dan langsung melakukan tahap ke 2 proses pembuatan batik, yaitu tahap mencanting. Untuk menghasilkan batik yang berkualitas, tahap pembuatan pola memegang peranan yang penting. Selain menjadikan motif lebih rapi, pada tahap ini kreatifitas pengrajin batik untuk menghasilkan motif-motif baru dapat dicurahkan.
2. Tahap ke dua adalah mencanting, yaitu melapisi motif batik yang sudah dibuat dengan menggunakan malam. Tujuannya adalah agar motif batik yang dicanting tertutup malam sehingga tidak terkena pewarna pada tahap pewarnaan. Sebelum tahap mencanting, malam (lilin untuk membatik) dipanaskan dalam wajan terlebih dahulu agar mencair.
3. Tahap ketiga adalah pewarnaan. Kain batik yang sudah selesai dicanting dicelup ke larutan pewarna. Pewarnaan untuk batik dapat menggunakan pewarna sintesis maupun pewarna alami. Pewarna alami diantaranya diperoleh dari daun-daunan dan kulit pohon.

Tahap terakhir adalah nglorod. Proses nglorod adalah proses untuk menghilangkan lapisan malam dari kain dengan cara merebus kain yang sudah selesai dibatik.

Dalam proses pembuatan batik tulis Purbalingga terdapat beberapa tahap yang dapat meningkatkan kualitas produk, diantaranya proses pra produksi, dimana bahan baku kain mori *dicelup dengan minyak kacang, atau direbus dengan menggunakan daun bambu, kemudian kain dipukul-pukul (digemplong).* Proses ini dapat membuat kain batik tulis yang dihasilkan menjadi lebih halus dan warna yang dihasilkan dapat lebih awet (wanteg).

Dalam proses pembuatan batik, pengrajin batik tulis di Kabupaten Purbalingga memiliki keunggulan tersendiri dibanding dengan pengrajin batik di wilayah sekitarnya, seperti pengrajin batik tulis di Kabupaten Banyumas, Banjarnegara dan Cilacap, yaitu kualitas pengerjaan batik yang bagus khususnya ukel yang luwes dan halus. Selain itu pengrajin batik di Purbalingga juga terkenal cepat dalam melakukan proses pembatikan. Untuk sehelai batik tulis dengan motif yang sering dibuat, dapat diselesaikan perajin hanya dalam waktu satu hari. Dengan kemampuan yang dimiliki oleh perajin batik Purbalingga ini, banyak pengusaha batik dari luar daerah, khususnya pengusaha batik dari Banyumas, Banjarnegara, dan Maos (Cilacap) yang melakukan proses pembatikan untuk batik dengan desain yang mereka inginkan ke perajin batik di Purbalingga.

Namun disisi lain, tidak semua proses dalam pembuatan batik dilakukan sendiri oleh para pengrajin. Proses pembuatan batik tulis Purbalingga pada umumnya hanya sampai tahap mencanting. Untuk proses pewarnaan dan nglorod dilakukan di Sokaraja. Pola kerja ini telah berjalan turun temurun dan banyak pengrajin yang enggan untuk melakukan proses pewarnaan sendiri dengan alasan tidak memiliki kemampuan untuk melakukan proses mewarnai dan nglorod serta tidak memiliki alat dan lahan atau tempat untuk melakukan proses mewarnai dan nglorod batik. Hal ini menyebabkan inefisiensi dalam proses produksi selain juga dapat menghambat waktu penyelesaian produk. Dengan proses ini 1 lembar

kain batik biasanya baru dapat diselesaikan dalam waktu kurang lebih satu bulan. Waktu yang lama disebabkan karena dalam proses mewarnai, pengrajin batik di Sokaraja akan mengumpulkan sejumlah kain batik yang akan diwarnai dalam jumlah tertentu untuk menekan biaya produksi. Sedangkan jika pengrajin melakukan sendiri keseluruhan proses membatik, dari molani sampai dengan nglorod, satu lembar kain batik dapat selesai dalam waktu 4 sampai dengan 5 hari saja.

Dalam kondisi permintaan pasar yang tinggi, rata-rata pengrajin mampu memproduksi sekitar 40 kodi kain/bulan. Namun dalam kondisi pasar yang lesu, rata-rata jumlah produksi berkisar antara 20 -30 kodi kain/ bulan.

Beberapa pembatik melakukan uji kualitas produk batik yang diproduksi dengan uji coba pada ketahanan warna pada proses pencucian dan penjemuran. Jika terdapat batik dengan kualitas di bawah standar yang ditetapkan maka mereka akan memperbaiki kekurangan tersebut hingga produk memenuhi standar. Namun tidak seluruh pengrajin melakukan proses ini. Mayoritas pembatik tidak melakukan uji kualitas produk, dan jika ada produk batik yang tidak memenuhi standar kualitas, mereka akan menjual ke pasar dengan harga di bawah rata-rata.

Produk batik yang sudah jadi akan dikemas sebelum dipasarkan. Pembatik tradisional umumnya hanya menggunakan plastik transparan, tanpa merk, dan tanpa label untuk mengemas produk batik mereka. Namun beberapa pengusaha batik telah melakukan pengemasan produk batik mereka dengan lebih baik. Sebelum dikemas, batik diberi label yang berisi keterangan mengenai nama dan harga batik. Selanjutnya batik dikemas dengan plastik transparan dan dimasukkan ke dalam kotak karton sebagai kemasan primer, serta dimasukkan ke dalam tas kertas dengan identitas berupa merk serta alamat produsen sebagai kemasan sekunder.

c) *Outbound Logistics*. Aktivitas yang berkaitan dengan pengumpulan, penyimpanan, dan pendistribusian produk jadi secara fisik kepada pembeli Mayoritas pengarajin belum memiliki workshop sekaligus outlet bagi produk batik untuk memajang produk batik mereka. Produk batik yang sudah siap jual disimpan dalam lemari penyimpanan untuk menghindari debu dan kotor. Seminggu sekali produk dikeluarkan dan dianginkan pada rak untuk menghindari kelembaban dan mencegah jamur.

Dalam memasarkan dan mendistribusikan produk kepada konsumen, para pengrajin dan pengusaha umumnya menempuh 2 cara distribusi, yaitu menjual langsung ke konsumen serta menitipkan produk ke toko atau pengepul. Cara yang banyak dilakukan oleh para pengrajin adalah menjual secara langsung dengan berkeliling ke instansi-instansi yang ada di Kabupaten Purbalingga. selain memasarkan produk secara langsung, pengrajin juga menitipkan produk ke toko. Jika ada pesanan dari luar daerah, pengrajin akan mengirimkan produk melalui jasa ekspedisi pengiriman paket bagi pelanggan yang berada di luar daerah.

d) *Marketing and Sales*. Aktivitas Pemasaran dan Penjualan (marketing and sales) meliputi aktivitas untuk mendorong, membujuk dan membantu konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan yang dapat dilakukan melalui iklan, promosi, pemilihan distributor dan penentuan harga.

Dalam memasarkan produk, pengrajin dan pengusaha batik di Purbalingga belum menggunakan media promosi seperti periklanan, Promosi yang dilakukan baru sebatas mengikuti pameran produk serta mengandalkan

word of mouth dari konsumen. Pengrajin memasarkan produknya sendiri, dan tidak mempunyai tenaga khusus untuk menjual dan mendistribusikan produk. Dengan cara tersebut pengrajin mengaku penjualan tidak dapat mencapai hasil yang optimal, ditambah lagi banyak konsumen menilai batik tulis Purbalingga relatif mahal.

Harga batik tulis Purbalingga rata-rata berkisar Rp 200.000 sampai dengan Rp 300.000 per lembar. Satu lembar batik tulis Purbalingga memiliki ukuran 115 cm dan panjang 225 cm. Harga yang lebih mahal dapat dipatok pada batik tulis yang lebih halus, dengan motif yang lebih rumit. Salah seorang pengrajin mampu menjual batik tulis buatannya pada kisaran Rp 500.000 sampai dengan Rp 2.000.000 per lembar batik.

Untuk menetapkan harga jual produk, para pengrajin tradisional umumnya hanya memperhitungkan biaya bahan baku saja, namun belum mempertimbangkan curahan waktu dalam pembuatan batik. Namun beberapa pengrajin yang sudah maju, selain memperhitungkan biaya produksi, juga memperhitungkan biaya kirim (jika ada), biaya komisi (jika ada), biaya promosi (jika ada) dan memperhitungan margin keuntungan yang ingin diperoleh. dalam menetapkan harga jual produk

e) *Service*. Aktivitas yang berhubungan dengan penyediaan jasa untuk meningkatkan atau mempertahankan nilai produk, setelah penjualan

Umumnya pengrajin tidak melakukan perbaikan untuk produk yang dinilai di bawah standar yang mereka tetapkan. Salah satu kerusakan produk yang sering terjadi adalah warna yang tidak "keluar". Untuk produk dengan kualitas di bawah standar akan dijual dengan harga yang lebih murah

2) **Aktivitas Pendukung**

Aktivitas-aktivitas pendukung terdiri dari:

1) *Procurement*. Procurement terkait dengan aktivitas pengadaan/pembelian bahan baku dan peralatan pendukung termasuk asset perusahaan, dan cara pembayarannya

Bahan baku dan peralatan produksi diperoleh pengrajin dari daerah Purbalingga maupun dari luar daerah diantaranya Pekalongan, Yogyakarta dan Solo. Untuk pengrajin tradisional, umumnya mendapatkan bahan baku dari pengepul atau membeli langsung di toko penyedia bahan baku untuk membatik di Purbalingga diantaranya Toko Minggu. Sedangkan pengepul serta pengusaha batik dengan kapasitas produksi yang lebih tinggi telah menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku dari luar daerah, seperti Yogyakarta, Solo dan Pekalongan. Terdapat biaya tambahan untuk memasok bahan baku dari luar derah, yaitu berkisar antara Rp 30.000 sampai dengan Rp 60.000. Cara pembayaran untuk pembelian bahan baku dan alat produksi adalah dengan sistem cash.

2) *Technology Development*. Aktivitas Pengembangan Teknologi dilakukan melalui penyediaan kebutuhan akan teknologi, prosedur dan teknik terbaru yang diperlukan oleh tiap-tiap aktivitas.

Pengrajin batik tradisional, tidak melakukan aktivitas pengembangan dalam pembuatan batik tulis mereka. Hal ini berbeda dengan beberapa pengrajin muda yang terus menerus berusaha untuk meningkatkan efisiensi dalam proses pembuatan batik tulis baik melalui penggunaan teknologi atau perbaikan pada prosedur dan teknik membatik.

Bentuk pengembangan yang dilakukan diantaranya adalah penggunaan komputer dalam pembuatan desain atau motif batik, memodifikasi kompor berbahan bakar kayu menjadi berbahan bakar gas elpiji yang jauh lebih murah ongkos produksinya, serta melakukan pewarnaan dengan menggunakan pewarna alami alami yang berasal dari daun-daun serta kulit kayu beberapa tumbuhan yang banyak terdapat di sekitar pengrajin. Dengan menggunakan pewarna alami ini, keseluruhan proses pembatikan dapat dilakukan sendiri oleh pengrajin sehingga mempercepat waktu

penyelesaian produk. Disamping itu, harga produk batik tulis dengan pewarna alami jauh lebih tinggi dibanding produk batik tulis dengan pewarna sintetis.

3) *Human Resource Management*. Aktivitas Sumber Daya Manusia meliputi penyeleksian, promosi, penempatan, penilaian, penghargaan dan pengembangan karyawan serta menjaga hubungan antar karyawan.

   Membatik pada umumnya adalah ketrampilan yang diwariskan secara turun temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya. Pengrajin memperoleh pengetahuan dan kemampuan membatik dari orang tua secara otodidak.

   Dalam memenuhi permintaan pasar, para pengepul biasanya mempunyai beberapa pengrajin yang kerap diajak kerjasama untuk membatik dengan sistem kepercayaan. Pengrajin akan diberi bahan untuk dibatik, dan jika sudah selesai akan diserahkan kembali ke pengepul. Untuk satu lembar batik umumnya pengrajin akan diberi upah Rp 10.000 sampai dengan Rp 20.000 per lembar batik.

   Untuk meningkatkan ketrampilan dan kemampuan membatik, pengrajin dengan dikoordinir pemerintah desa setempat beberapa kali diikutkan pada berbagai pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah, perguruan tinggi dan institusi-institusi lain.

4) *Firm Infrastructure* Aktivitas Infrastruktur meliputi pengelolaan masalah perencanaan, keuangan, manajemen umum, akuntansi, hukum dan hubungan dengan pemerintah.

   Mayoritas pengrajin menjalankan usahanya secara sederhana. Manajemen usaha umumnya dilakukan hanya pada pencatatan transaksi penjualan sehari-hari.

   Hubungan antara pengrajin dengan pemerintah daerah Kabupaten Purbalingga terjalin dengan sangat baik. Perhatian pemerintah daerah terhadap perkembangan industri batik di Kabupaten Purbalingga diwujudkan dalam pemberian bantuan untuk promosi dan pemasaran dengan mengikutkan para pengrajin pada even-even pameran, menyelenggarakan pelatihan teknik pembuatan batik untuk meningkatkan ketrampilan dan kemampuan para pengrajin, pemberian bantuan peralatan membatik seperti meja gambar dan alat serta bahan perwarna serta berbagai bentuk pembinaan dan pengembangan lainnya.

C. Analisis Penentuan Kompetensi Inti

Kompetensi Inti UKMditentukan dari kompetensi-kompetensi dalam rantai nilai yang telah diidentifikasi. Berdasarkan rantai nilai di atas, kompetensi inti dapat menjadi dasar bagi keunggulan bersaing UKM batik di Purbalingga adalah kemampuan para pengrajin dalam proses pembuatan batik tulis khususnya pada tahap molani dan pencantingan. Hasil cantingan pengrajin batik Purbalingga memiliki keunggulan yaitu keluwesan hasil cantingan. Kemampuan yang dimiliki oleh pembatik di Purbalingga ini termasuk kemampuan yang tidak dapat ditiru secara sempurna (imperfectly immitable), yaitu kemampuan yang tidak mudah dikembangkan oleh pihak lain. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan salah satu pengrajin batik di Sokaraja yang juga menyatakan bahwa pengrajin batik Purbalingga memiliki keluwesan dalam membatik, yang tidak mudah untuk ditiru. Bahkan sekelompok pembatik di Sokaraja sudah dilatih untuk membuat ukel yang sama berulang kali, namun belum juga mendapatkan hasil sebagus dan seluwes ukel pembatik dari Purbalingga.

Selain keluwesan hasil cantingan, pengrajin batik di Purbalingga juga memiliki keunggulan dalam kecepatan melakukan proses pencantingan. Dengan kemampuan yang dimiliki oleh perajin batik Purbalingga ini, banyak pengusaha batik dari luar daerah, khususnya pengusaha batik dari Banyumas, Banjarnegara, dan Maos (Cilacap) yang mempercayakan proses pencantingan untuk batik dengan desain yang mereka inginkan kepada perajin batik di Purbalingga.

KESIMPULAN

1. Profil UKM batik di Kabupaten Purbalingga secara umum adalah memiliki jumlah pengrajin batik kurang lebih sebanyak 400 orang pengrajin yang tersebar di beberapa sentra batik, yaitu di Kecamatan Bobotsari, Kecamatan Bojongsari, Kecamatan Kalimanah, Kecamatan Kemangkon dan Kecamatan Karangmoncol. Perkiraan omzet batik per tahun adalah berkisar Rp 4.595.200.000

sampai dengan Rp 9.280.000.000. Produk yang dihasilkan diantaranya adalah kain batik, sinjang, dan taplak meja.Mayoritas pengrajin batik masih menjalankan usahanya secara tradisional. Kendala umum yang dihadapi oleh para pengrajin adalah kendala pemasaran.

2. Berdasarkan analisis rantai nilai, kompetensi inti yang dapat menjadi dasar bagi keunggulan bersaing UKM batik di Purbalingga adalah kemampuan para pengrajin dalam proses pembuatan batik tulis khususnya keluwesan pembatik pada tahap pencantingan yang tidak mudah untuk ditiru oleh pembatik lain serta kecepatan pengrajin dalam melakukan proses pencantingan.

SARAN

Dengan teridentifikasinya komponen kompetensi inti yang dimiliki, UKM batik di Purbalingga dengan dukungan dari pemerintah daerah hendaknya dapat memanfaatkan kompetensi inti yang dimilikinya untuk dapat menghasilkan batik yang lebih baik dari segi kualitas, serta lebih efisien dalam proses produksi. Kemampuan yang dimiliki oleh para pengrajin untuk menghasilkan batik yang luwes dan proses pengerjaan yang cepat hendaknya dapat meningkatkan *bargaining position* dari pengrajin terhadap produsen batik dari daerah lain yang mensubkontrakkan proses pembuatan batiknya di Purbalingga. Pengrajin dengan dukungan pemerintah daerah juga hendaknya terus melakukan upaya untuk meningkatkan motivasi dan kemampuan pembatik untuk melakukan keseluruhan proses pembatikan di Purbalingga, terutama proses pewarnaan dan pelorodan. Dengan melakukan keseluruhan proses sendiri maka proses produksi menjadi lebih efisien serta biaya produksi dapat ditekan yang pada akhirnya akan dapat menurunkan harga jual batik Purbalingga yang dinilai relative mahal. Dengan demikian kuantitas produk yang dapat terserap oleh pasar dapat meningkatkan dan bisa membawa UKM batik Purbalingga kepada keunggulan bersaing berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim (2009)Katalog Batik Indonesia. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Industri Kerajinan dan Batik. Yogjakarta.

Ayudea, Fani et al. 2009. *Melestarikan Budaya Batik dan Keris*. http://www.suaramerdeka.com. [1 Agustus 2009]

Budiman Christiananta,Supratiwi, dan Daniel, D. R., (2007), Manajemen Strategik, Jakarta, Penerbit Universitas Terbuka.

Dewan Bahasa dan Pustaka. 2001. Dewan Sastra. DBP. Jakarta.

Daryono dan Wahyudi (2008), Analisis Kompetensi Produk Unggulan Daerah Pada Batik Tulis dan Cap Solo di Dati II Kota Surakarta, Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi UMS, Vol. 9, No. 2, Desember 2008, hal. 184 - 197

Fuadi, Dedi et al. 2009. *Batik*. http://pesonabatik.site40.net/index.html [10 Oktober 2009

Hamel and Praharald (1990) The Core Competence of The Corporation. Harvard Business Review

Kerlogue, F. G. 2004. *Batik : Design, Style, & History*. London: Thames & Hudson.

Moleong, Lexy J. 2001, *Metodologi Penelitian kualitatif*. Penerbit PT Remaja Rosda karya Bandung.

Novandari, Wulandari dan Setyanto (2007) Analisis Faktor Kendala dan Kelayakan Usaha Pada Industri Batik Banyumas

Novandari, Wulandari dan Suliyanto (2010) Pengembangan Model Strategi Bersaing Batik Purbalingga (Kajian Dengan Pendekatan Analytical Hierarchy Process dan QSPM)

Porter, Michael E.(1985).*The Value Chain and Competitive Advantage.*The Free PressA Devision of Macmillan Publishing Co.,Inc

Riana, K. E., 2007, Kompetensi Inti, Jakarta, Materi Inisiasi Tutorial On-Line Universitas Terbuka.

Steen, G. L. 1996. *Batik: A Play of Lights and Shades*. Jakarta: Gaya Favourite Press.