

# Strategi Peningkatan Daya Saing Industri Canting Cap di Pekalongan

Etty Puji Lestari  
Mohamad Abdul Basir

## PENDAHULUAN

Batik merupakan khasanah warisan budaya bangsa Indonesia yang patut dibanggakan. Melalui batik, Indonesia menjadi lebih dikenal didunia dan keberadaannya diakui oleh dunia. Hal ini tentu saja tidak terlepas pada keberadaan industri batik sendiri. Perkembangan indutri batik di Indonesiapun mengalami peningkatan yang pesat setiap tahun, terutama sejak batik ditetapkan sebagai warisan budaya tak benda oleh UNESCO.

Pada umumnya, industri batik di Indonesia merupakan industri mikro kecil dan menengah (IMKM) yang menjadi mata pencaharian sebagian masyarakat. Sebelum krisis moneter pada tahun 1997, industri kecil menengah ini sempat mengalami kemajuan yang pesat. Beberapa pengusaha batik sempat mengalami masa kejayaan. Apalagi pada tahun 1980-an batik merupakan pakaian resmi yang harus dipakai pada setiap acara kenegaraan ataupun acara resmi lainnya, sehingga dapat mengenalkan dan meningkatkan citra batik di dunia internasional pada waktu itu (Nurainun, 2008).

Industri batik di Indonesia tersebar dibeberapa daerah seperti terlihat pada Gambar 1. Beberapa daerah kemudian menjadi nama dari jenis-jenis batik tersebut seperti batik Pekalongan, batik Surakarta, batik Yogya, batik Lasem, batik Cirebon, batik Sragen. Setiap batik dari daerah tersebut memiliki ciri motif yang spesifik. Jenis batik yang diproduksi ada tiga yaitu batik tulis, batik cap dan batik *printing*. Perkembangan Industri batik di Indonesia sangat terkait dengan perkembangan batik yang dimulai sejak beratus-ratus tahun yang lalu.



Gambar 1. Peta Sebaran Batik di Indonesia

Saat ini industri batik banyak ditemukan di kota-kota yang memposisikan diri menjadi kota penghasil batik. Dari berbagai kota di Indonesia yang menjadi icon kota batik adalah Pekalongan yang dikenal memiliki industri batik yang besar. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya industri batik dan jumlah penduduk yang bekerja dalam sektor tersebut. Dari empat kecamatan yang terdapat di Kota Pekalongan, yakni Kecamatan Pekalongan Utara, Pekalongan Barat, Pekalongan Timur dan Pekalongan Selatan dapat dengan mudah kita jumpai sejumlah pengrajin batik di setiap Kelurahan di kecamatan tersebut. Salah satu kelurahan yang terkenal sebagai kampung batik yaitu kampung Batik Kauman dan Pesindon.

Seiring berkembangnya industri batik, maka berdampak juga pada perkembangan sektor-sektor lain yang mendukung industri tersebut, diantaranya permintaan akan canting cap yang digunakan sebagai alat dalam proses pembuatan batik. Canting cap digunakan dalam proses penempelan malam (lilin) di atas kain saat pembuatan batik. Umumnya canting cap ini terbuat dari tembaga karena sifat dari tembaga yang tahan panas serta tahan lama namun bagi pengrajin lain yang memiliki keterbatasan modal pilihannya adalah terdapat pada canting cap yang terbuat dari bahan kayu, walaupun memiliki tingkat keawetan yang lebih singkat.

Di salah satu Kelurahan di Kota Pekalongan juga terdapat sebuah perkampungan yang terkenal sebagai salah satu kampung pengrajin canting cap yaitu kampung canting Landungsari. Di kampung ini hampir di setiap pelosok gang kita dapat menjumpai pengrajin yang membuat canting cap, pada umumnya keahlian yang mereka dapatkan untuk membuat canting cap ini berasal dari turun menurun. Dikarenakan banyaknya jumlah pengrajin canting cap di kelurahan ini, pemerintah setempatpun menetapkan kampung canting Landungsari ini sebagai sebuah klaster industri (Jatengprov, 2016). Dari data yang dikumpulkan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM Kota Pekalongan diketahui bahwa jumlah pengrajin canting cap di Kodya Pekalongan lebih dari 40 orang (DISPERINDAGKOP Kota Pekalongan).



Gambar 2. Hasil Industri Canting Cap di Kodya Pekalongan

Dari berbagai studi yang dilakukan baik oleh pemerintah setempat ataupun akademisi, ternyata terdapat banyak permasalahan yang menghambat pertumbuhan UMKM termasuk industri canting cap sehingga daya saing mereka berkurang. Faktor tersebut antara lain, keterbatasan akses terhadap permodalan, rendahnya tingkat pendidikan SDM yang bekerja

dalam kluster industri tersebut, bentuk sistem strategi dan pemasaran produknya yang masih seadanya, serta dukungan dari Pemerintah Kota Pekalongan yang dinilai masih rendah. Berdasarkan latar belakang tersebut maka artikel ini akan menganalisis faktor pendukung kinerja industri canting cap yang ada di kota Pekalongan.

### UMKM DALAM PERSPEKTIF TEORI

Badan Pusat statistik (BPS) mendefinisikan UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Untuk usaha mikro merupakan entitas usaha dengan jumlah tenaga kerja dari 1-5 orang. Sementara untuk usaha kecil merupakan entitas usaha dengan jumlah pekerja antara 6-19 orang serta untuk usaha menengah merupakan entitas usaha dengan jumlah pekerja 20-99 orang. Adapun untuk usaha besar merupakan entitas usaha dengan jumlah pekerja minimal 100 orang (Lestari, 2017).

Bank Dunia mendefinisikan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Untuk usaha mikro kecil adalah entitas usaha yang memiliki pekerja jumlahnya tidak melebihi 20 orang. Sementara untuk usaha menengah adalah usaha yang memiliki pekerja antara 20 sampai 150 orang serta besarnya asset yang dimiliki di luar nilai tanah dan bangunan sejumlah USD 500.000. Untuk definisi UMKM yang sekarang ini masih berlaku umum adalah definisi UMKM sesuai dengan Undang-Undang No 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, yang didasari atas nilai kekayaan bersih dan nilai dari hasil penjualan.

Tabel 1. Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Skala Usaha	Kriteria
Usaha Kecil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50.000.000 (50 juta) tidak termasuk didalamnya tanah dan bangunan tempat usaha</li> <li>• Memiliki hasil penjuala tahunan maksimal Rp 300.000.000 (300 juta)</li> </ul>

<b>Usaha Kecil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (50 juta) sampai dengan Rp 500.000.000 (500 juta) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha</li> <li>• Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (300 juta) sampai dengan Rp 2.500.000.000 (2,5 milyar)</li> </ul>
<b>Usaha menengah</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (500 juta) sampai dengan Rp 10.000.000.000 (10 milyar)</li> <li>• Memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (2,5 Milyar) sampai dengan Rp 10.000.000.000 (10 Milyar)</li> </ul>

*Sumber: Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang UMKM*

Ditinjau dari segi karakteristik yang dimilikinya menunjukkan bahwa usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah memiliki sifat karakteristik yang berbeda sehingga sangatlah dibutuhkan pengelompokkan dari ketiga jenis usaha tersebut. Pada umumnya usaha kecil dan menengah memiliki kemampuan yang lebih baik jika dibandingkan dengan usaha mikro, khususnya dalam memperluas lapangan pekerjaan. Selain itu juga usaha kecil dan menengah berpeluang memiliki andil besar dalam pertumbuhan tenaga kerja karena masih berpotensi dapat memperluas usahanya yang cukup besar, dan usaha menengah dipandang dapat menjadi embrio atau cikal bakal dari usaha besar. Sementara itu, usaha mikro secara umum memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih relatif terbatas dan dalam perjalanannya sangat sedikit yang dapat berkembang menjadi usaha kecil dan menengah (Bank Indonesia, 2006).

### **TRANSFORMASI UMKM**

UMKM diyakini memiliki peran dalam perekonomian nasional khususnya kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja serta kontribusinya terhadap nilai PDB di Indonesia. Oleh karena itu pemerintah harus memberdayakan UMKM tersebut dan melakukan berbagai bentuk upaya untuk mengembangkan UMKM. UMKM merupakan salah satu kekuatan yang sangat potensial untuk dikembangkan di Indonesia. Secara umum, UMKM dalam perjalanannya juga dapat bertransformasi menjadi usaha besar. Apabila berbagai pihak terkait baik pemerintah maupun swasta serta lembaga perbankan turut ikut serta memberdayakan UMKM tersebut.

Adapun tahap-tahap perjalanan dari sebuah UMKM bertransformasi sebelum menjadi usaha besar dapat di kategorikan berikut ini (Rahmana, 2008):

- a. *Livehood activity*, merupakan sebuah usaha kecil menengah yang dipergunakan sebagai kesempatan kerja guna mencari nafkah, atau yang jauh dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- b. *Micro enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang bersifat sebagai pengrajin tetapi belum memiliki jiwa kewirausahaan.
- c. *Small dynamic enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan serta mampu menerima bentuk pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast moving enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan lebih lanjutnya lagi berubah menjadi usaha besar (UB).

Sejalan dengan perkembangan UMKM yang dalam perkembangannya dapat bertransformasi menjadi usaha besar, berbagai bentuk kebijakan pemerintah yang pro terhadap UMKM diharapkan dapat dilaksanakan guna meningkatkan kinerja dari UMKM. Sehubungan peran pemerintah terkait dengan pengembangan UMKM atau yang juga sering disebut dengan pemberdayaan UMKM sangat diperlukan. Eugene dan Morce (1965) mengategorikan, berbagai tipe kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah yang berpengaruh langsung terhadap UMKM menjadi empat (4) jenis, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Kebijakan *do nothing policy*. Maksudnya dalam hal ini pemerintah tidaklah perlu untuk menentukan berbagai kebijakan apapun, UMKM dibiarkan apa adanya dan berjalan dengan sendirinya.
2. Kebijakan memberi perlindungan (*protection policy*) terhadap UMKM. Dalam hal ini pemerintah melakukan berbagai kebijakan yang bertujuan untuk melindungi UMKM didalam menghadapi kompetisi dan memberikan bantuan berupa subsidi.
3. Kebijakan berdasarkan ideologi pembangunan (*developmentalist*). Pemerintah hanyalah memprioritaskan sektor industri yang dinilai berpotensi (*picking the winner*) akan tetapi dalam kebijakan ini tidak ada pemberian subsidi.

4. Kebijakan yang paling terkenal adalah kebijakan *market friendly policy*. Melalui kebijakan ini, pemerintah hanya menekankan dan memfokuskan pada UMKM yang merupakan *brood based*, tanpa didalamnya ada pemberian subsidi dan persaingan (Lestari, 2017).

### ANALISIS SWOT PADA INDUSTRI CANTING CAP

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) biasanya digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan di lingkungan bisnis atau lingkungan internal perusahaan (Kuncoro, 2014). SWOT juga dapat digunakan untuk melihat kinerja industri canting cap untuk melihat seberapa kekuatan dalam menghadapi era globalisasi. Untuk memudahkan dalam melakukan analisis SWOT maka diperlukan matriks SWOT sehingga dapat dirumuskan berbagai strategi yang diperlukan masing-masing unsur. Matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Matriks Analisis SWOT

	<b>STRENGTHs (S)</b> Daftar semua kekuatan yang dimiliki	<b>WEAKNESSES (W)</b> Daftar semua kelemahan yang dimiliki
<b>OPPORTUNITIES (O)</b> Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	<b>Strategi SO</b> Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	<b>Strategi WO</b> Daftar semua kekuatan yang dimiliki
<b>THREATS (T)</b> Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	<b>Strategi ST</b> Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman	<b>Strategi WT</b> Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

Sumber: Kuncoro (2004)

Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang ekonomi serta mengantisipasi ancaman. Dari matriks SWOT tersebut akan diperoleh empat kelompok strategi, yaitu

strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Melalui matriks strategi SWOT tersebut, kemudian dilakukan *positioning*, untuk mengukur kinerja UMKM. Mengingat aspek internal dan eksternal terhadap kinerja UMKM maka pembobotan dilakukan dari yang paling berpengaruh sampai yang paling tidak berpengaruh. Hasil SWOT *analysis* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis SWOT

	<b>STRENGTHS (S)</b>	<b>WEAKNESSES (W)</b>
	1. Upah tenaga kerja yang murah	1. Teknologi yang digunakan masih sederhana
	2. Hasil produk yang dihasilkan berkualitas bagus	2. Variasi produksi masih relatif sedikit
	3. Bahan baku yang digunakan berkualitas.	3. Modal kerja yang sedikit
	4. Bahan baku yang terbuang sedikit	4. Keuntungan dari omset yang relatif sedikit
	5. Berorientasi kepada pelanggan/pemesan	5. Tidak melakukan kegiatan promosi aktif
	6. SDM memiliki keterampilan yang tinggi	6. Perkumpulan pengrajin kurang berperan dalam meningkatkan kinerja pengrajin
	7. Harga jual produk yang relatif sama antara satu sama lain	
	8. Jangkauan pemasaran yang luas (dalam dan luar kota)	
	9. Terdapat perkumpulan yang mewadahi	



	keberadaan para pengrajin	
<p><b>OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Barang pengganti produk yang dihasilkan relatif sedikit</li> <li>2. Adanya industri yang komplemen yang menjadi pembeli utama produk</li> <li>3. Dukungan dari pemerintah daerah yang cukup baik.</li> <li>4. Pelayanan aparatur pemerintah yang baik</li> <li>5. Kondisi politik yang stabil.</li> </ol>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan upah tenaga kerja yang murah, dan hasil produksi yang dihasilkan bagus maka dapat digunakan untuk meraih strategi 1,dan 2.</li> <li>2. Dengan adanya perkumpulan dapat digunakan untuk melakukan koordinasi dengan pemerintah untuk mengembangkan kinerja klaster industri cangcing cap.</li> </ol>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan tidak adanya produk yang menggantikan dan adanya dukungan dari industri pendukung serta pemerintah daerah dapat digunakan untuk mengurangi kelemahan dalam bidang promosi dan peningkatan kinerja melalui pemberian bantuan modal dan saluran informasi.</li> </ol>
<p><b>THREATS (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan baku mudah didapatkan tetapi mendatangkannya berasal dari luar daerah.</li> <li>2. Harga bahan baku yang tidak stabil</li> </ol>	<p><b>Strategi ST</b></p> <p>Mudahnya tata cara dalam mengelola klaster industri serta adanya perkumpulan pengrajin diharapkan dapat digunakan untuk membatasi adanya persaingan yang tidak sehat antar pengrajin, mendapatkan posisi</p>	<p><b>Strategi WT</b></p> <p>Melakukan pembenahan perkumpulan pengrajin cangcing dan melakukan tindakan pengajuan kredit yang mudah dari perbankan serta ikut serta dalam promosi aktif yang dilakukan oleh pemerintah sehingga diharapkan nantinya dapat</p>

<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Persaingan bisnis antar pengrajin yang ketat</li> <li>4. Kemudahan memasuki pasar</li> <li>5. Kekuatan tawar pembeli yang cukup kuat.</li> <li>6. Sulitnya mendapatkan tenaga kerja yang memiliki keterampilan tinggi</li> <li>7. Tingkat <i>turn over</i> tenaga kerja yang cukup tinggi</li> </ol>	<p>tawar yang lebih terhadap konsumen serta adanya perkumpulan pengrajin tersebut dapat digunakan sebagai dasar pembentukan wadah koperasi pengrajin.</p>	<p>mempermudah dalam mendapatkan bahan baku, dan dapat memiliki posisi tawar yang lebih tinggi dari konsumen.</p>
--	---	---

Dari hasil analisis SWOT diketahui bahwa kekuatan yang dimiliki oleh industri canting cap relatif lebih besar. Adanya upah tenaga kerja yang murah dan bahan baku yang berkualitas memberikan keunggulan relatif sendiri pada industri ini. Dengan demikian hasil produk yang dihasilkan juga berkualitas bagus. Harga jual yang kompetitif juga memberikan kekuatan tersendiri pada klaster industri ini. Saat ini pengrajin canting cap berada dalam satu klaster untuk memudahkan suplai bahan baku. Jumlah unit usaha yang besar dalam satu lokasi akan menekan biaya pengirimannya yang pada gilirannya akan menurunkan biaya produksinya (Raymond, 1993; Gunasekaran, *et al*, 1996).

Sementara itu kelemahan mendasar yang dimiliki oleh UMKM termasuk industri canting cap adalah teknologi yang digunakan masih sederhana, variasi produksi masih relatif sedikit dan modal kerja yang sedikit. Alasan klasik ini biasa ditemukan pada sektor-sektor UMKM. Teknologi sangat penting karena mampu mendorong peningkatan kapasitas produksi. Apabila teknologi yang dimiliki perusahaan kurang maka kapasitas produksi tidak bisa di *push* menjadi besar.

Kajian yang dilakukan oleh Gunasekaran, *et al* (1996) dan Hyejin (2017) menyatakan bahwa selama tahun-tahun terakhir perkembangan industri skala kecil dan besar telah mengalami banyak perubahan terutama produksinya. Tujuannya adalah menyelaraskan konsep dan teknologi strategi bisnis, produktivitas, dan peningkatan kualitas mereka. Mereka dapat berperan aktif dalam mengintegrasikan berbagai UMKM dan bekerja sama dalam jaringan untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas UMKM. Upaya untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas UMKM dilakukan dengan mempertimbangkan konsep dan teknologi maju dari berbagai bentuk aliansi strategis. Strategi industri canting cap berbentuk klaster juga sudah lebih baik. Namun pola produksi yang masih tradisional membuat kapasitas produksi mereka belum maksimal. Uluran tangan pemerintah dalam menciptakan iklim yang kondusif sangat diperlukan agar industri canting cap memiliki kemampuan daya saing yang tinggi.

### **KEBIJAKAN PENGEMBANGAN INDUSTRI CANTING CAP**

Upaya untuk meningkatkan daya saing industri canting cap tidak terlepas dari uluran pemerintah. Beberapa kebijakan yang bisa digunakan untuk membantu meningkatkan daya saing industri canting cap antara lain :

#### **1. Kebijakan Kredit Usaha Kecil Persuasif.**

Implementasi kebijakan ini adalah Bank Indonesia tidak lagi menetapkan besaran nilai kredit usaha kecil (KUK) kepada bank, tetapi lebih kepada anjuran pada bank-bank umum untuk menyalurkan KUK yang nilainya di serahkan pada kebijakan dan kemampuan dari masing-masing bank. Kebijakan KUK persuasif itu pada khususnya lebih menekankan pada keleluasaan dari masing-masing bank dalam mengatur dan memberikan kredit. Saat ini akses yang dimiliki oleh industri canting cap sangat sedikit. Mereka lebih memilih meminjam pada tengkulak yang prosesnya cepat dibanding ke bank yang mengisyaratkan adanya jaminan dan prosesnya yang rumit. Keberadaan kredit usaha kecil yang memiliki bunga rendah sangat diharapkan bisa diakses oleh pemilik usaha canting cap ini.

#### **2. Kebijakan pemberdayaan koperasi dan UMKM.**

Kebijakan pada tataran ini mencakup peningkatan sistem pendukung usaha yang meliputi lembaga atau sistem yang menyediakan dukungan

bagi peningkatan akses koperasi dan UMKM ke sumber daya produktif dalam rangka perluasan usaha dan perbaikan kinerja. Sumber daya produktif mencakup bahan baku, modal, tenaga kerja terampil, informasi dan teknologi. Perluasan usaha mencakup peningkatan tata laksana kelembagaan, peningkatan kapasitas dan perluasan jangkauan pasar. Sementara itu kebijakan pemberdayaan koperasi dan UMKM pada tataran mikro mencakup peningkatan kualitas kelembagaan koperasi dan UMKM serta perbaikan kapasitas dan kualitas sumber daya manusia (SDM) baik dari aspek kewirausahaan, maupun kemampuan teknis, manajemen dan pemasaran. Pemerintah perlu memberikan uluran bantuan pelatihan untuk meningkatkan *skill* pekerja dan juga akses untuk memperluas jangkauan pasar.

### **3. Kebijakan perbaikan kapasitas dan produktivitas usaha.**

Kebijakan dilakukan melalui penguatan aset, keterampilan dan keterhubungannya dengan jaringan usaha dan pemasaran dalam satu sistem bisnis yang mapan. Peningkatan kapasitas usaha mikro juga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara umum yang selanjutnya akan berkontribusi pada pengurangan angka kemiskinan. Peran usaha kecil dan menengah juga perlu ditingkatkan dalam memperkuat basis produksi di dalam negeri, dan partisipasi di pasar ekspor dan investasi. Uluran tangan dari pengusaha besar dan pemerintah sangat diperlukan agar keberlangsungan industri canting cap ini terus berkesinambungan (Hyejin, 2017).

## **PENUTUP**

Keberadaan industri canting cap di Pekalongan sebagai salah satu industri kecil pendukung industri batik sangat diperlukan. Jumlahnya yang sangat sedikit dan penggunaan teknologi yang masih tradisional menyebabkan industri ini tidak bisa berkembang dalam skala besar. Berbagai macam upaya sudah dilakukan oleh pemilik industri canting cap untuk meningkatkan kapasitas produksinya, namun masih banyak kendala yang dihadapi pemilik industri sehingga tidak ada nilai tambah dalam produksinya. Untuk itu uluran pemerintah daerah Pekalongan dalam menciptakan iklim yang kondusif yang mendorong kemajuan industri canting cap sangat diperlukan. Adanya pelatihan, jalinan kerjasama dengan industri hulu sangat

diperlukan agar keberlangsungan produksi industri canting cap dapat ditingkatkan yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan daerah.

## Daftar Pustaka

- Gunasekaran, A. P Okko, T. Martikainen, 1996, Improving Productivity and Quality in Small and Medium Enterprises: Cases and Analysis, *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, Vol 15, Issue 1. pp. 59-72.
- Hyejin, Jang, Keeun. Lee, and Byungun. Yoon, 2017, Development of an Open Innovation Model For R&D Collaboration Between *Large* Firms and Small-Medium Enterprises (SMEs) in Manufacturing Industries. *International Journal of Innovation Management*. Vol. 21, No. 01 pp 1-29
- Kementerian Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat Republik Indonesia, 2017. *Daerah Penyebaran Batik di Indonesia*. Didownload di <http://data.kemenkopmk.go.id/sites/default/files/gambar/budpar/SEBARAN%20BATIK.png?1262594124> pada tanggal 6 Agustus 2017.
- Kementerian Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat Republik Indonesia. 2017, *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB)* , didownload di [http://www.depkop.go.id/pdf-viewer/?p=uploads/tx\\_rtgfiles/sandingan\\_data\\_umkm\\_2012-2013.pdf](http://www.depkop.go.id/pdf-viewer/?p=uploads/tx_rtgfiles/sandingan_data_umkm_2012-2013.pdf) pada tanggal 5 Juli 2017
- Kementerian Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat Republik Indonesia, 2008. Undang-Undang No 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah
- Kristiyanti, Mariana, 2012, Peranan Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam Pembangunan Nasional, *Majalah Imiah Informatika*. Vol. 3. No. 1
- Kuncoro, Mudrajad, 2014. *Strategi Bagaimana Memilih Keunggulan Kompetitif*. Penerbit Erlangga.
- Lestari, Etty P. 2017. *Ekonomi Koperasi*, Pusat Penerbitan Universitas Terbuka

- Lestari, ETTY P, 2013. Penguatan ekonomi industri kecil dan menengah melalui platform kluster industri. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. Volume 6 , Nomor 2, September 2010, 146-157 didownload dari <http://jurnal.ut.ac.id/JOM/article/viewFile/226/228> pada tanggal 2 Februari 2017
- Nurainun, Heriyana dan Rasyimah, 2008. Analisis Industri Batik di Indonesia, *Fokus Ekonomi*, Desember 2008, Hal. 124-135 didownload dari <https://media.neliti.com/media/publications/24399-ID-analisis-industri-batik-di-indonesia.pdf> pada tanggal 22 Februari 2017.
- Rangone, Andrea , 1999. A Resource-Based Approach to Strategy Analysis in Small-Medium Sized Enterprises, *Small Business Economics*. Volume 12, Issue 3, pp 233–248
- Raymond, Blili. S. 1993. Information technology: Threats and opportunities for small and medium-sized enterprises. *International Journal of Information Management*. Volume 13, Issue 6, Pages 439-448
- Staley, Eugene and Morse, Ricahard. 1965. *Modern Small Industry for Developing Countries*. New York : McGraw-Hill Book Company