

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini pengembangan kluster industri merupakan pendekatan alternatif yang efektif untuk membangun keunggulan daya saing dan pembangunan wilayah. Konsep kluster pertama kali dikemukakan oleh Porter (1990) dengan mengambil studi kasus kluster industri. Dalam bukunya "*The Competitive Advantage of Nation*", Porter menjelaskan bahwa kluster adalah suatu kelompok perusahaan yang saling terhubung dan memiliki kedekatan secara geografis dengan institusi-institusi yang terkait dalam suatu bidang. Kedekatan geografis antarindustri tersebut kemudian menciptakan eksternalitas ekonomi yang menjadi keunggulan kluster dalam pengembangan ekonomi wilayah, seperti efektifitas keunggulan biaya produksi, kemampuan untuk menyediakan skala ekonomi jangka panjang, proses inovasi yang terus-menerus, menciptakan iklim daya saing yang kondusif, serta membantu mempercepat proses industrialisasi dan urbanisasi suatu wilayah (Qing, 2012).

Dalam kaitannya dengan industri dan pembangunan wilayah, inovasi menjadi suatu hal yang fundamental dalam peningkatan performa keduanya. Seperti yang diutarakan oleh Malmberg & Power (2005), saat ini ekonomi berbasis inovasi menentukan bagaimana kemampuan suatu industri untuk mencapai keunggulan kompetitif. Hal tersebut terjadi karena dengan keberadaan inovasi memungkinkan produk dan servis yang lebih baik, proses produksi yang lebih efisien dan bersih, serta meningkatkan efisiensi proses produksi suatu industri. Dampaknya, wilayah-wilayah yang memiliki industri yang inovatif mendapatkan percepatan pertumbuhan ekonomi dan pengurangan ketergantungan distribusi spasial dalam pengembangan ekonomi wilayah (Muchdi, 2001). Inovasi sendiri secara umum didefinisikan sebagai pengembangan dan implementasi sebuah ide baru, baik layanan, metode dan prosedur produksi, teknologi produksi, hingga pemasaran yang bermanfaat dalam membentuk kompetisi dan segmentasi industri (Verburg & Hoving, 2007).

Terciptanya inovasi sering kali didominasi dari hasil interaksi antara berbagai aktor daripada hasil dari tindakan kreatif seorang jenius (Malmberg & Power 2005). Hal tersebut sekaligus menjelaskan mengapa industri yang tergabung dalam kluster cenderung lebih inovatif daripada industri yang tidak tergabung di dalamnya, karena industri dalam kluster memiliki akses informasi yang lebih baik, yang merupakan hasil dari eksternalitas ekonomi secara langsung, serta jaringan yang menjadi dasar terbentuknya kluster (Bell, 2005). Konfigurasi jaringan kerja sama yang tercipta dalam kluster mempengaruhi distribusi dan variasi informasi dan pengetahuan

antaraktor sebagai input inovasi, yang pada akhirnya menstimulasi inovasi melalui pertukaran pengalaman dan pengetahuan antarpelaku dalam hubungan hulu-hilir, serta mendorong peningkatan keterkaitan sosial dan peningkatan keahlian masing-masing anggota yang tergabung dalam suatu klaster.

Proses penciptaan inovasi melalui jaringan kerja sama sangat erat kaitannya dengan industri kecil menengah (IKM). Tidak seperti industri skala besar yang mengandalkan sumber daya internal dan proses formal dalam pengembangan inovasi, pada IKM keterbatasan akan sumber daya seperti sumber daya manusia dan finansial menghambat pengembangan inovasi (Maula *et al*, 2006; Edward *et al*, 2005). Akan tetapi, di lain sisi IKM memiliki keunggulan fleksibilitas dalam rangka pengembangan usahanya. Kelemahan dan kelebihan yang dipunya tersebut, mendorong IKM untuk membangun jaringan kerja sama dengan pihak lain dalam mendorong proses inovasi. Telah banyak penelitian yang membuktikan bahwa IKM cenderung menggunakan sumber daya eksternal melalui jaringan kerja sama (*network resources*) untuk mempercepat proses inovasi, mengurangi risiko biaya dan meningkatkan fleksibilitas operasinya (Iturrioz, 2015).

Jika berbicara tentang penelitian inovasi pada IKM di Indonesia, IKM batik merupakan objek yang tepat untuk diteliti. Alasan pertama karena batik merupakan salah satu ciri khas Indonesia, bersama wayang dan keris, yang telah diakui oleh UNESCO sebagai warisan dunia pada tahun 2009. Sementara alasan yang kedua karena batik merupakan industri utama berbasis budaya nasional yang meliputi aspek seni dan teknologi (Ismail *et al*, 2012). Aspek seni dan teknologi ini menjadikan industri batik sebagai industri yang sarat akan kreativitas karena telah berkembang dan ditempa dalam jangka waktu yang sangat panjang. Tentunya industri batik telah terbukti sebagai industri “abadi” yang memiliki kemampuan untuk bertahan dan menghadapi krisis global (Meutia, 2012).

Sejalan dengan pernyataan sebelumnya, telah banyak penelitian yang mengangkat tema inovasi pada industri batik di Indonesia (Maruli & Ali, 2013; Astuti & Setyono, 2016; Wulandari, 2013; Rahayu *et al*, 2015). Dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan, wilayah studi yang dipilih adalah klaster batik di Kota Pekalongan maupun Surakarta, yang merupakan pusat produksi batik nasional yang tumbuh secara alami melalui sejarah panjang (*natural cluster*). Pada kategori klaster ini umumnya stimulus pembentukan klaster sangat ditentukan transaksi-transaksi ekonomis di antara pelaku usaha, sehingga skala dan dinamika klaster yang terbentuk sangat fleksibel (Fløysand *et al*, 2011). Hal tersebut dapat terjadi karena adanya modal sosial antarpelaku usahanya yang terbentuk dari lama berjalannya waktu usaha dan model bisnis yang turun-temurun dari berbagai generasi, yang menyebabkan antarpelaku usahanya sudah saling mengenal satu sama lain. Hasil interaksi antarperajin batik akhirnya memicu terjadinya proses inovasi pada klaster-klaster

tersebut, yang secara linier sesuai dengan teori-teori inovasi pada umumnya. Kemudian menjadi pertanyaan, bagaimana proses klaster yang masih baru menciptakan inovasinya?

Penelitian kali ini memilih Klaster Batik Semarang (KBS) sebagai objek studi. KBS adalah salah satu dari sepuluh lembaga atau organisasi klaster yang dibentuk oleh *Forum for Economic Development and Employment Promotion* (FEDEP) Kota Semarang pada tahun 2009. Jika dilihat dari segi berjalannya waktu klaster ini dapat dikategorikan sebagai klaster awal atau pemula. Sementara dari aspek historis, meskipun Batik Semarang memiliki sejarah kejayaannya sendiri, akan tetapi hampir seluruh anggota pada KBS bukan dari kalangan atau keluarga pembatik, sebagian besar mendapatkan ilmu membatik dari pelatihan-pelatihan yang diadakan pemerintah yang dimulai pada tahun 2006. Rata-rata perajin batik sebelumnya bekerja di sektor industri dan perkantoran, terutama dari kaum buruh dan pegawai. Dengan demikian, sebenarnya secara historis industri batik saat ini bukanlah melanjutkan dari industri batik yang sudah ada, tetapi lebih pada pengembangan industri batik baru, yang tidak terbentuk secara turun-temurun dari relasi keluarga atau alamiah, tetapi dibentuk kembali oleh pemerintah. Dampaknya ciri-ciri industri batik pada umumnya seperti kekeluargaan, relasi sosial, rasa percaya (modal sosial) dan jalinan kerja sama bisnis perlu dibangun kembali dari awal.

Secara komparatif produk Batik Semarang saat ini bukanlah produk batik unggulan, baik di kancah nasional maupun provinsi. Batik Semarang masih tertinggal dari produk-produk batik kompetitornya di Provinsi Jawa Tengah, seperti Batik Solo atau Pekalongan. Dilihat dari jumlah pelaku usahanya Batik Semarang tertinggal jauh dari para kompetitornya. Pada tahun 2015 jumlah pelaku usaha batik di Kota Pekalongan mencapai 1.081, sedangkan di Solo mencapai 715 pelaku usaha, dengan masing-masing menyerap tenaga kerja sebanyak 12.937 dan 2.760 jiwa (Sabar, 2015; Kompas, 2016). Hal tersebut berbanding jauh dengan pembatik di Kota Semarang. Hasil survei pendahuluan menunjukkan perajin di Kota Semarang berjumlah kurang lebih 50 pembatik, dan mayoritas memiliki tenaga kerja yang cukup sedikit berkisar 1-3, bahkan beberapa tidak memiliki tenaga kerja. Sementara untuk memproduksi batik, industri Batik Semarang masih mengandalkan bahan baku baik dari Pekalongan ataupun Solo, karena sulitnya mencari tenaga kerja dan akses terhadap bahan baku, harga produk Batik Semarang cenderung lebih tinggi dibandingkan Batik Solo atau Pekalongan. Dengan kondisi produknya yang belum populer dan harga yang cenderung tinggi, pangsa pasar Batik Semarang menjadi terbatas, dan berkuat pada skala lokal di Kota Semarang dan sedikit ke Jakarta, sementara kedua produk batik pesaing lainnya sudah sampai skala manca negara dalam memasarkan batiknya.

Berbagai pernyataan sebelumnya mengindikasikan bahwa jaringan kerja sama usaha sebagai stimulus pembentuk inovasi pada IKM belum terlihat pada Klaster Batik Semarang. Dengan demikian belum diketahui apakah terdapat inovasi pada Klaster Batik Semarang, yang

memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan produk batik lainnya, padahal para perajin batiknya telah tergabung dalam kluster usaha yang dibentuk oleh pemerintah, yang menjadikan badan atau lembaga tersebut sebagai pengikat antaraktor. Dengan kata lain, sebenarnya Kluster Batik Semarang memiliki potensi untuk membangun jejaring informasi dan pengetahuan antaraktornya melalui ikatan yang telah tercipta. Diharapkan dengan adanya jejaring informasi dan pengetahuan antar aktor/pelaku usaha, dapat meningkatkan proses inovasi sehingga menjadikan Kluster Batik Semarang sebagai organisasi usaha yang fleksibel dan mendapatkan keunggulan kompetitif pada produknya, yang pada akhirnya dapat bersaing dengan industri-industri batik lainnya.

1.2. Rumusan Masalah

Kluster Batik Semarang (KBS) sebagai industri batik kalah bersaing dengan industri-industri batik besar, seperti Pekalongan maupun Solo. Untuk mengejar ketertinggalan tersebut, di era globalisasi ini, KBS tidak bisa hanya mengandalkan keunggulan komparatif berupa sumber daya alam saja. Diperlukan keunggulan kompetitif melalui tindakan inovatif secara bersama antarpelaku usaha KBS untuk menghadapi lingkungan eksternal yang semakin tidak terprediksi, ketatnya kompetisi antarusaha, cepatnya perubahan teknologi dan permintaan konsumen yang semakin variatif. Akan tetapi kondisi saat ini faktor-faktor kekeluargaan, relasi sosial, rasa percaya dan jalinan kerja sama bisnis yang merupakan kerangka-kerangka pembentuk inovasi disinyalir belum dimiliki pada Kluster Batik Semarang. Padahal dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, serta adanya Kluster Batik Semarang sebagai lembaga yang mengikat, sebenarnya menjadi potensi bagi para perajin untuk melakukan pertukaran informasi pengetahuan yang bermuara pada terbentuknya inovasi secara kolektif melalui jaringan kerja sama. Dari penjelasan tersebut muncul pertanyaan penelitian:

“Apakah terdapat inovasi pada Kluster Batik Semarang, dan bagaimana kontribusi kerja sama usaha dalam proses pembentukan inovasi?”

Adapun dari pertanyaan penelitian tersebut diturunkan menjadi beberapa hipotesis yaitu :

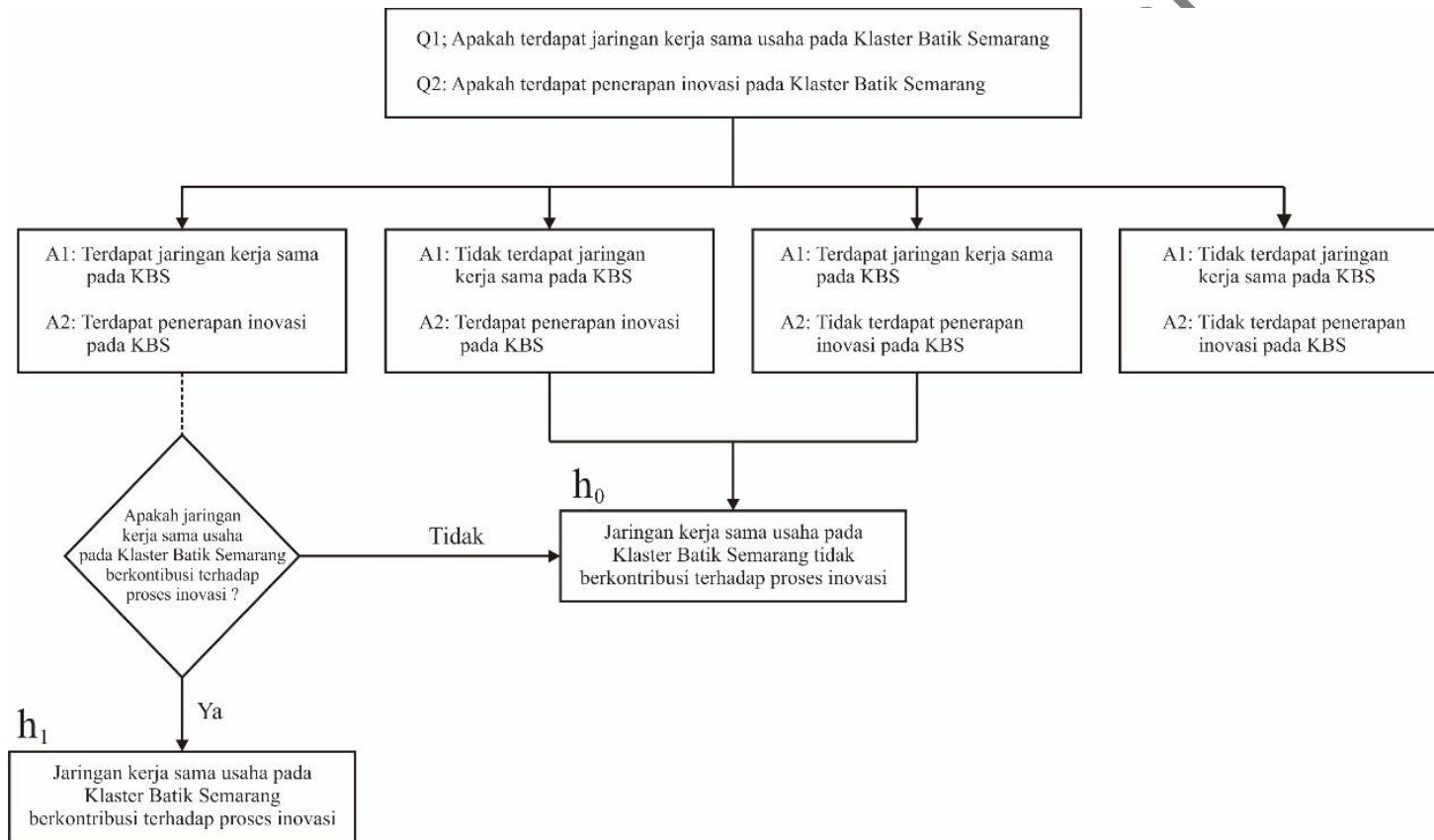
h_0 : Jaringan kerja sama usaha tidak berkontribusi dalam proses pembentukan inovasi.

h_1 : Jaringan kerja sama usaha berkontribusi dalam proses pembentukan inovasi.

Dalam rangka menggambarkan hipotesis penelitian secara utuh, disusun kerangka hipotesis penelitian yang dapat dilihat pada **Gambar 1.1**. Mulanya terdapat dua pertanyaan awal penelitian yang harus dibuktikan, apakah terdapat inovasi dan kerja sama pada organisasi Kluster Batik Semarang. Jika kedua pertanyaan tersebut terjawab dengan positif maka penelitian untuk menguji hipotesis dapat dilanjutkan. Sementara jika salah satu dari pertanyaan tersebut terjawab secara negatif, maka penelitian ini tidak dapat dilanjutkan dan h_0 terpenuhi. Pada penelitian kali ini,

ternyata ditemukan bentuk kerja sama dan penerapan inovasi pada Klaster Batik Semarang, sehingga proses penelitian ini dapat dilanjutkan.

PERPUSTAKAAN PLANOLOGI



Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2017

GAMBAR 1.1
KERANGKA HIPOTESIS PENELITIAN

1.3. Tujuan dan Sasaran Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan inovasi dari hulu ke hilir melalui jaringan kerja sama usaha pada Klaster Batik Semarang:

1. Identifikasi jaringan kerja sama eksternal dari anggota klaster;
2. Identifikasi jaringan kerja sama internal antar anggota klaster;
3. Identifikasi penerapan inovasi pada Klaster Batik Semarang;
4. Identifikasi difusi inovasi dari setiap inovasi yang diterapkan pada Klaster Batik Semarang;
5. Identifikasi aktor-aktor inovator dari setiap inovasi yang diterapkan pada Klaster Batik Semarang;
6. Analisis pengaruh jaringan kerja sama internal terhadap proses persebaran inovasi pada Klaster Batik Semarang;
7. Analisis pengaruh jaringan kerja sama eksternal terhadap proses masuknya inovasi pada Klaster Batik Semarang.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan mengenai teori industri kecil menengah yang difokuskan pada kerja sama dan inovasi, sehingga dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah atau institusi terkait dalam membuat kebijakan, bagi masyarakat, dan bagi peneliti sendiri. Untuk mendukung manfaat penelitian, harus dilakukan observasi dan analisis terhadap objek penelitian sehingga menghasilkan manfaat yang berguna bagi semua pihak, yaitu:

1. Bagi ilmu pengetahuan, penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa informasi keilmuan dan pendekatan terkait pengembangan lokal, industri kecil menengah, kerja sama usaha serta inovasi. Kontribusi dari penelitian ini akan mengungkapkan bagaimana kerja sama usaha pada industri kecil menengah dapat mempengaruhi pembentukan dan penyebaran inovasi antarpelaku usahanya;
2. Setelah didapatkan manfaat bagi ilmu pengetahuan, selanjutnya, diharapkan hasil tersebut dapat memberikan manfaat bagi pemerintah daerah atau institusi terkait dalam merancang kebijakan dan program dalam pengembangan IKM batik di Kota Semarang, terutama dalam kaitannya dengan kerja sama dan inovasi;
3. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah dan memperkaya wawasan dalam ilmu pengetahuan, khususnya Perencanaan Wilayah dan

Kota dalam kaitannya antara pengembangan ekonomi lokal, IKM, kerja sama usaha dan inovasi;

4. Bagi bidang perencanaan wilayah dan kota penelitian ini dapat mengungkapkan bagaimana peran-peran variabel spasial, seperti kerja sama dan inovasi pada industri kecil menengah, dapat mendukung perkembangan ekonomi lokal, yang pada akhirnya berkontribusi dalam pengembangan wilayah.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup studi terbagi menjadi dua buah substansi pembahasan, yakni lokasi penelitian dan batasan studi penelitian.

1.5.1 Lokasi Penelitian

Wilayah studi pada penelitian ini berada di Kota Semarang yang merupakan tempat kluster industri batik yang memproduksi Batik Semarang. Wilayah keseluruhan 373,70 km². Secara geografis, wilayah Kota Semarang berada antara 6°50'–7°10' LS dan 109°35'–110°50' BT. Berikut ini merupakan batas-batas administrasi Kota Semarang:

- Sebelah Utara: Laut Jawa
- Sebelah Selatan: Kabupaten Semarang
- Sebelah Timur: Kabupaten Demak
- Sebelah Barat: Kabupaten Kendal

Wilayah studi berfokus pada lokasi-lokasi persebaran titik-titik aktor anggota kluster, yang tersebar di 11 kecamatan, yaitu: Kecamatan Tugu, Semarang Barat, Semarang Utara, Semarang Timur, Semarang Tengah, Gajah Mungkur, Tembalang, Pedurungan, Mijen, Gunungpati dan Genuk. **Gambar 1.2** menunjukkan peta persebaran anggota kluster batik.

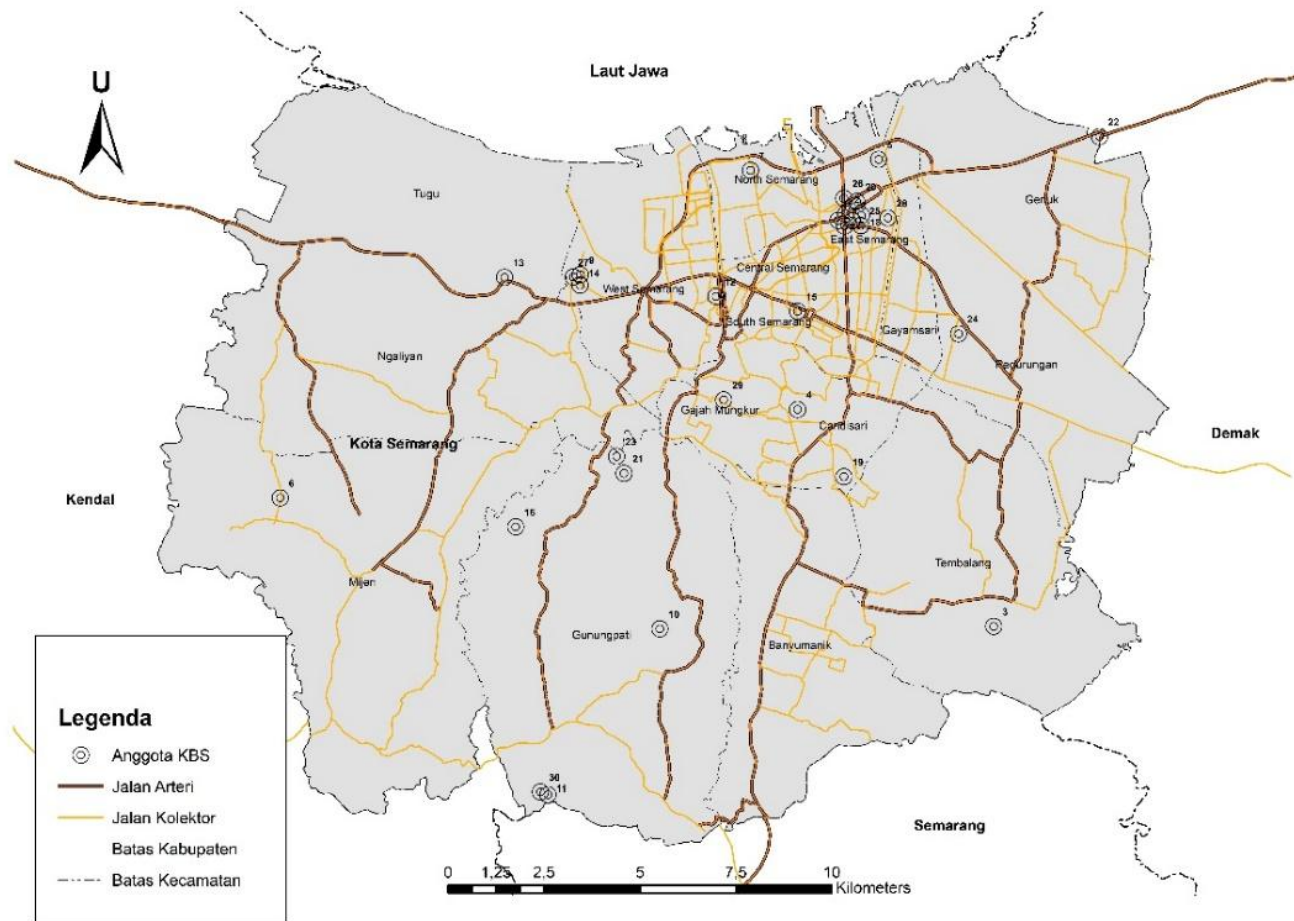
1.5.2 Batasan Substansi Penelitian

Penelitian ini membahas tentang bagaimana proses pembentukan inovasi melalui jaringan kerja sama usaha pada Kluster Batik Semarang. Adapun batasan dalam penelitian ini meliputi

1. Objek studi penelitian ini adalah para pelaku usaha batik yang terhimpun sebagai anggota Kluster Batik Semarang;
2. Definisi kluster yang digunakan pada penelitian kali ini bukan aglomerasi ataupun kompleksitas, karena kondisi geografis lokasi anggota kluster yang terpencar. Kluster dalam penelitian ini adalah nama dari kelompok usaha mikro kecil menengah yang dibentuk oleh Pemerintah Kota Semarang;

;

PERPUSTAKAAN PLANOLOGI



Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2017

GAMBAR 1.2
PETA PERSEBARAN ANGGOTA KLASTER BATIK SEMARANG

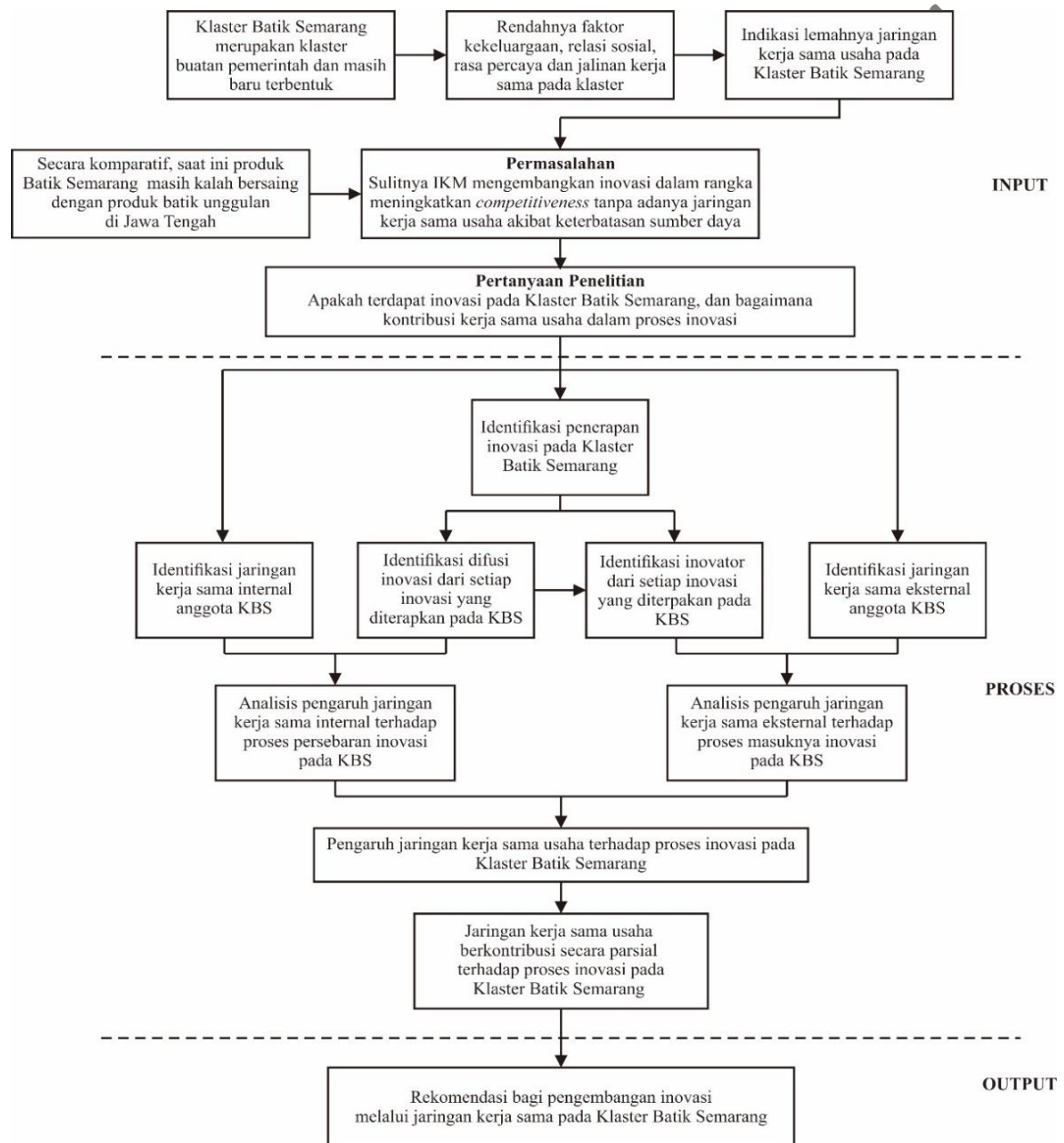
3. Batik Semarang pada penelitian kali ini didefinisikan sebagai batik yang diproduksi oleh orang atau warga Kota Semarang, di Kota Semarang, dengan motif atau ikon-ikon Kota Semarang;
4. Batasan definisi inovasi adalah sebagai kombinasi baru, modifikasi atau perubahan dari produk sebelumnya. Dari beberapa jenis inovasi, yang akan dianalisis dalam penelitian ini yaitu, antara lain: inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran;
5. Dalam penelitian ini proses inovasi diartikan sebagai suatu proses distribusi inovasi pada suatu sistem sosial, dari inovasi itu diadopsi pertama kali oleh anggota sistem sosial, hingga inovasi tersebut terdifusi ke anggota-anggota lainnya;
6. Jaringan kerja sama usaha eksternal pada penelitian ini terbatas pada pemasok, pembeli, kompetitor, lembaga pemerintah dan lembaga penelitian;

1.6. Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 1.3 merupakan alur kerangka pikir dari keseluruhan penelitian ini. Bermula dari teori yang mengungkapkan bahwa IKM cenderung menggunakan sumber daya eksternal dalam proses penciptaan inovasi dalam rangka mendapatkan keunggulan kompetitif, penelitian ini mengangkat Klaster Batik Semarang sebagai objek studi. KBS merupakan organisasi IKM yang dibentuk oleh FEDEP Kota Semarang. Karena merupakan organisasi usaha yang dibentuk oleh pemerintah, hampir seluruh anggota KBS bukan dari kalangan atau keluarga pembatik, sebagian besar mendapatkan ilmu membatik hasil dari pelatihan-pelatihan yang diadakan pemerintah yang dimulai pada tahun 2006. Dampaknya, ciri-ciri industri batik pada umumnya seperti kekeluargaan, relasi sosial, rasa percaya (modal sosial) dan jalinan kerja sama bisnis sebagai sumber daya dalam proses penciptaan inovasi perlu dibangun kembali dari awal. Selain masalah yang dihadapi dari dalam, secara komparatif, produk Batik Semarang juga masih kalah bersaing dibanding kompetitornya seperti Batik Solo dan Pekalongan. Berangkat dari teori dan fakta tersebut, kemudian muncul pertanyaan penelitian, “Apakah terdapat inovasi pada Klaster Batik Semarang, dan bagaimana kontribusi kerja sama usaha dalam proses pembentukan inovasi?”

Untuk menjawab pertanyaan, terdapat tujuh sasaran yang akan dipenuhi pada penelitian kali ini. Tiga sasaran pertama adalah mengidentifikasi keberadaan variabel-variabel yang akan digunakan untuk keperluan analisis, yaitu identifikasi kerja sama eksternal, identifikasi kerja sama internal serta identifikasi keberadaan inovasi. Jika dinyatakan terdapat keberadaan inovasi, maka sasaran selanjutnya, yaitu identifikasi jaringan difusi inovasi serta identifikasi inovator dapat dilakukan. Kemudian untuk menguji hipotesis dilakukan analisis hubungan terhadap hasil tiap variabel, yaitu analisis pengaruh jaringan kerja sama internal terhadap proses persebaran inovasi pada Klaster Batik Semarang dan analisis pengaruh jaringan kerja sama eksternal terhadap proses

masuknya inovasi pada Klaster Batik Semarang. Jika keseluruhan sasaran telah diselesaikan, maka hipotesis penelitian yang telah disusun sebelumnya dapat terjawab, yaitu apakah kerja sama memiliki pengaruh terhadap proses inovasi di Klaster Batik Semarang. Pada akhirnya keluaran dari penelitian ini adalah rekomendasi, baik bagi pemerintah, pelaku usaha maupun peneliti dalam rangka pengembangan Klaster Batik Semarang sebagai sebuah organisasi yang menghimpun perajin batik di Kota Semarang, dalam kaitannya dengan kerja sama dan proses inovasi.



Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2017

GAMBAR 1.3
KERANGKA PIKIR

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Definisi Operasional

Dalam rangka mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian, terlebih dahulu menyusun variabel dan indikator yang sesuai dengan sasaran penelitian. Hal ini bertujuan agar data yang dikumpulkan menjadi sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Untuk mempermudah hal tersebut digunakan definisi operasional sehingga tujuan, sasaran, variabel, indikator, kebutuhan data dan instrumen penelitian menjadi satu kesatuan yang saling terkait. **Tabel L1** merupakan rangkuman definisi operasional dari penelitian ini.

TABEL L1
DEFINISI OPERASIONAL

| Sasaran | Variabel | Definisi Operasional | Indikator |
|---|--|---|------------------------------|
| Identifikasi jaringan kerjasama eksternal dari anggota klaster batik. | Kerja Sama Pemasok | Bentuk kerja sama yang terjadi antara anggota Klaster Batik Semarang dengan pemasoknya. | <i>Trust</i> |
| | | | Pertukaran Informasi |
| | | | Penyelesaian Masalah Bersama |
| | Kerja Sama Kompetitor | Bentuk kerja sama yang terjadi antara anggota Klaster Batik Semarang dengan kompetitor perajin lain di luar anggota klaster). | <i>Trust</i> |
| | | | Pertukaran Informasi |
| | | | Penyelesaian Masalah Bersama |
| | Kerja Sama Pembeli | Bentuk kerja sama yang terjadi antara anggota Klaster Batik Semarang dengan pembelinya. | <i>Trust</i> |
| | | | Pertukaran Informasi |
| | | | Penyelesaian Masalah Bersama |
| | Kerja Sama Pemerintah | Bentuk hubungan antara anggota Klaster Batik Semarang dengan lembaga pemerintah. | Kegiatan atau Pertemuan |
| | | | Pelatihan |
| | | | Bantuan Fasilitas |
| Kerja Sama Pendidikan | Bentuk hubungan antara anggota Klaster Batik Semarang dengan lembaga pendidikan. | Kegiatan atau Pertemuan | |
| | | Pelatihan | |
| | | Bantuan Fasilitas | |

Bersambung

Sambungan Tabel 1.1

| Sasaran | Variabel | Definisi Operasional | Indikator |
|--|-----------------------------------|--|------------------------------------|
| Identifikasi jaringan kerjasama internal dari anggota klaster batik. | Kerja Sama Antar Anggota Klaster | Bentuk kerja sama yang terjadi antarsesama anggota Klaster Batik Semarang. | Trust |
| | | | Pertukaran Informasi |
| | | | Penyelesaian Masalah Bersama |
| Identifikasi penerapan inovasi pada Klaster Batik Semarang. | Inovasi Produk | Pengenalan barang atau jasa baru yang mencakup perubahan bentuk, penampilan atau rasa melalui pemanfaatan pengetahuan atau teknologi baru, penggunaan barang baru atau kombinasi dari sebelumnya. | Pengembangan Produk Baru |
| | | | Peningkatan Spesifikasi Produk |
| | | | Peningkatan Kualitas Produk |
| | Inovasi Proses | Pengembangan dalam produksi internal yang erat kaitannya dengan metode, teknik, peralatan dan perangkat lunak, yang bertujuan untuk meningkatkan efektifitas produksi, atau produksi ramah lingkungan. | Penggunaan Metode Produksi Baru |
| | | | Penggunaan Peralatan Baru |
| | Inovasi Pemasaran | Penerapan metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan signifikan penempatan produk, promosi produk atau harga, perubahan kemasan yang tidak berhubungan dengan metode logistik. | Perubahan Metode Distribusi Produk |
| Perubahan Metode Promosi Produk | | | |
| Perubahan pada Kemasan/ <i>Packaging</i> | | | |
| Identifikasi difusi inovasi dari setiap inovasi yang diterapkan pada Klaster Batik Semarang. | Difusi Inovasi | Saat terjadinya proses transfer informasi dan pengetahuan antar anggota KBS yang berujung pada keputusan adopsi inovasi oleh si penerima. | Transfer Informasi |
| | | | Transfer Pengetahuan |
| | | | Adopsi Inovasi |
| Identifikasi aktor-aktor inovator dari setiap inovasi yang diterapkan pada Klaster Batik Semarang. | Status Inovasi (Sebagai Inovator) | Aktor pertama yang mengadopsi inovasi untuk pertama kalinya pada sistem sosial Klaster Batik Semarang, dan menjadi pusat dari jaringan difusi inovasi. | Jaringan Inovasi |

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2018

1.7.2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh jaringan kerja sama, baik internal maupun eksternal, terhadap proses inovasi pada Klaster Batik Semarang, manakala pada proses inovasi pada suatu sistem sosial (dalam kasus ini Klaster Batik Semarang) terdapat kegiatan adopsi dan difusi. Untuk mencapai tujuan tersebut peneliti menggunakan metode campuran atau kombinasi (*mix method*) dengan pendekatan *sequential strategy*.

Metode kombinasi dipilih karena metode tersebut sesuai untuk penelitian yang bersifat pragmatis dan berorientasi pada pemecahan masalah (Cresswell & Clark, 2007). Pragmatisme pada penelitian ini terletak pada pengamatan bagaimana pola, bentuk dan kekuatan kerja sama mempengaruhi proses inovasi pada Klaster Batik Semarang. Sementara permasalahan terletak pada terdapatnya faktor lain selain kerja sama usaha yang dapat mempengaruhi proses inovasi. Pendekatan *sequential strategy* pada penelitian ini diawali dengan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui seberapa besar kerja sama usaha sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap proses inovasi sebagai variabel terikat. Kemudian dilanjutkan dengan pendekatan kualitatif untuk mengkonfirmasi kepada aktor kunci pada kasus ini, yang merupakan inovator. Pertanyaan yang diajukan terkait bagaimana proses masuknya inovasi yang ada, mengingat terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi proses inovasi, sehingga data kualitatif tersebut dapat memperkuat dan memperluas, atau bisa juga untuk menggugurkan dan memperlemah hasil penelitian kuantitatif yang telah dilakukan pada tahap pertama.

1.7.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu prosedur sistematis untuk memperoleh data. Adapun penelitian kali ini menggunakan teknik pengumpulan data primer. Hal tersebut dikarenakan tema penelitian kali ini berfokus pada hubungan atau relasi bisnis baik di dalam maupun di luar sistem sosial klaster. Teknik pengumpulan data primer yang digunakan pada penelitian kali ini adalah observasi lapangan, kuesioner dan wawancara. Berikut merupakan pendekatan operasional dari ketiganya.

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang biasanya bersifat visual dan dapat diamati secara langsung. True (1989) menyatakan bahwa observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melihat dan mendengar perilaku atau sifat suatu objek dalam kurun waktu tertentu, tanpa mengontrol atau memanipulasi objek tersebut, kemudian mengolahnya untuk mencari titik temu pada suatu derajat interpretasi analisis tertentu. Teknik pengumpulan data observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik observasi tanpa partisipasi, dengan pemberitahuan dan tanpa menstrukturkan catatan. Model observasi tersebut dipilih karena objek

yang diobservasi pada penelitian kali ini adalah bentuk maupun teknik inovasi dalam proses produksi batik pada anggota Klaster Batik Semarang. Teknik observasi pada penelitian kali ini digunakan untuk mengabadikan, dalam bentuk gambar, inovasi-inovasi yang ada pada Klaster Batik Semarang. Gambar-gambar tersebut digunakan sebagai data pendukung untuk menganalisis inovasi terkait dari segi atribut inovasinya.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan bentuk tanya-jawab dengan responden melalui formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis dan dijawab secara berurutan. Kuesioner dapat berupa pertanyaan terbuka, tertutup, paralel, dan *forced choice* (True, 1989). Pada penelitian kali ini teknik kuesioner digunakan untuk mendapatkan data secara kuantitatif dari variabel sosial, yang ditujukan kepada anggota Klaster Batik Semarang. Variabel-variabel sosial tersebut kemudian diberi skor untuk analisis selanjutnya. Akan tetapi karena tidak ada sumber yang mencantumkan skoring dengan indikator yang dibangun *peneliti*, serta mempertimbangkan heterogenitas pada sampel maka kuesioner kali ini adalah kuesioner terbuka, yang setiap jawaban dari total sampel akan dibagi menjadi lima kelas, sesuai dari jawaban tertinggi dan terendah. Pada akhirnya data hasil kuesioner diproses untuk mengukur pengaruh kerja sama usaha sebagai variabel dependen dalam memengaruhi proses inovasi sebagai variabel independen. Sasaran kuesioner pada penelitian ini adalah total sampel yang didapatkan dari hasil **teknik sampling penelitian** yang akan dibahas pada bagian selanjutnya.

c. Wawancara

Penelitian kali ini menggunakan wawancara semi-terstruktur. Pada penelitian kali ini tokoh yang diwawancarai adalah para penemu inovasi atau inovator yang pertama kali menggunakan suatu objek inovasi. Wawancara semi-terstruktur merupakan tipe wawancara yang memiliki beberapa pertanyaan yang urut dan terdapat instruksi dalam menjawab pertanyaan, namun jawaban yang diberikan oleh narasumber tidak dibatasi dan dapat dijawab sedetail mungkin (True, 1989). Sementara substansi pertanyaannya mengenai bagaimana proses responden tersebut mengadopsi inovasi dari luar sistem sosialnya (Klaster Batik Semarang), serta bagaimana karakteristik inovasi yang dipeloporinya. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara akan menjadi pendukung atau penyanggah hasil data yang didapatkan dari kuesioner.

1.7.4. Data Penelitian

Teknik-teknik pengumpulan data yang telah dijelaskan sebelumnya berguna untuk mengumpulkan kebutuhan data penelitian. Data merupakan hal fundamental pada suatu penelitian, karena nantinya akan diolah menggunakan **teknik analisis data** untuk menjawab pertanyaan penelitian maupun membuktikan hipotesis. **Tabel 1.2** merupakan tabel data penelitian ini.

TABEL L2
TABEL DATA PENELITIAN

| Sasaran | Variabel | Nama Data | Tahun | Jenis Data | Bentuk Data | Teknik Pengumpulan Data | Sumber Data |
|---|--------------------------------------|------------------------------------|---------|------------|-------------|-------------------------|-----------------|
| Identifikasi jaringan kerjasama eksternal dari anggota klaster batik | Kerja Sama dengan Pemasok | Aktor Kerja Sama | Terbaru | Primer | Text | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Tingkat Pertukaran Informasi | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Tingkat Pemecahan Masalah Bersama | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Tingkat Kepercayaan | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | Kerja Sama dengan Pembeli | Aktor Kerja Sama | Terbaru | Primer | Text | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Tingkat Pertukaran Informasi | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Tingkat Pemecahan Masalah Bersama | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Tingkat Kepercayaan | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | Kerja Sama dengan Kompetitor | Aktor Kerja Sama | Terbaru | Primer | Text | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Tingkat Pertukaran Informasi | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Tingkat Pemecahan Masalah Bersama | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Tingkat Kepercayaan | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | Kerja Sama dengan Lembaga Pemerintah | Instansi Terkait | Terbaru | Primer | Text | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Preferensi Kegiatan atau Pertemuan | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Preferensi Pelatihan | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Preferensi Bantuan Fasilitas | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | Kerja Sama dengan Lembaga Pendidikan | Instansi Terkait | Terbaru | Primer | Text | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Preferensi Kegiatan atau Pertemuan | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Preferensi Pelatihan | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Preferensi Bantuan Fasilitas | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |

Bersambung

Sambungan Tabel 1.2

| Sasaran | Variabel | Nama Data | Tahun | Jenis Data | Bentuk Data | Teknik Pengumpulan Data | Sumber Data |
|--|----------------------------------|-----------------------------------|---------|------------|-------------|-------------------------|-----------------|
| Identifikasi jaringan kerjasama internal antar anggota klaster | Kerja Sama Antar Anggota Klaster | Aktor Kerja Sama | Terbaru | Primer | Text | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Tingkat Pertukaran Informasi | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Tingkat Pemecahan Masalah Bersama | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Tingkat Kepercayaan | Terbaru | Primer | Numerik | Kuesioner | Anggota Klaster |
| Identifikasi penerapan inovasi pada Klaster Batik Semarang | Penggunaan Inovasi | Jenis Inovasi | Terbaru | Primer | Text | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Spesifitas Inovasi | Terbaru | Primer | Text | Kuesioner | Inovator |
| Identifikasi difusi inovasi dari setiap inovasi yang diterapkan pada Klaster Batik Semarang | Difusi Inovasi | Sumber Inovasi | Terbaru | Primer | Text | Kuesioner | Anggota Klaster |
| | | Bentuk Kegiatan Transfer Inovasi | Terbaru | Primer | Text | Kuesioner | Anggota Klaster |

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2018

1.7.5. Teknik Sampling

Pada penelitian kali ini objek studi yang akan diteliti ialah para perajin batik yang terhimpun dalam Klaster Batik Semarang. Menurut data terbaru pada tahun 2015, anggota Klaster Batik Semarang berjumlah 30. Arikunto (2006) mengungkapkan, apabila objek atau subjek penelitian kurang dari 100, maka sebaiknya penelitian tersebut menggunakan populasi atau diambil seluruhnya. Maka pada penelitian kali ini, tidak digunakan teknik sampling, karena sasaran atau objek penelitiannya adalah populasi dari Anggota Klaster Batik Semarang. Untuk data populasi responden dapat dilihat pada **Tabel I.3.**

TABEL I.3
DAFTAR ANGGOTA KLASTER BATIK SEMARANG

| Kode | Nama Lengkap | Nama Usaha Batik | Alamat Toko | Asal Pekerjaan |
|------|----------------------------|---------------------|--|-------------------|
| 1 | Tri Utomo | Batik Cap dan Tulis | Kampung Batik Gedong, RT.05 RW.02, Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Semarang Timur | Pegawai |
| 2 | Rahayu Ningsih | Rusida Batik | Kampung Batik Gedong Nomor 410 | Wirausaha |
| 3 | Katarina Niken Utari | - | Griya Dinar Indah Blok 7B No.21, Kelurahan Meteseh, Kecamatan Tembalang | Karyawan Batik |
| 4 | Ning A. Restu | Batik Blekok | Hotel Patrajasa | Pegawai |
| 5 | Ester Ribut Sunami | Batik Aster | Jalan Cilosari Dalam II RT.05 RW.07, Kelurahan Kemijen, Kecamatan Semarang Timur | Ibu Ru mah Tangga |
| 6 | Endang Purwanti | Endang Batik | Perumahan Griya Siranda Asri, Kelurahan Mijen, Kecamatan Mijen | Ibu Ru mah Tangga |
| 8 | Siti Afifah | Batik Figa | Kampung Batik Malang 673 Kecamatan Semarang Timur | Wirausaha |
| 9 | Triningtyas Nur Hayati | Tri Asta Batik | Jalan Watugunung IV No. 181 | Ibu Ru mah Tangga |
| 10 | Yuspinah | Ferry Batik | Jalan Perum Gunung Pati Dukuh Kalang, Gunung Pati | Wirausaha |
| 11 | Umi Salamah | Salma Batik | Kampung Maloon RT 02 RW 06, Gunung Pati | Ibu Ru mah Tangga |
| 12 | Sunaringtyas Ika Widyawati | Batik Widya | Jalan Pusponjolo Timur X Kelurahan Bojongsalaman | Wirausaha |
| 13 | Ririn Prabandari | Praba Cempaka | Jalan Tugurejo A9 RT 09 RW 01 Kelurahan Tugurejo Kecamatan Tugu | Ibu Ru mah Tangga |
| 14 | Ruth Endang Setiorini | Non Batik | Jalan Watugunung IV No. 186 | Ibu Ru mah Tangga |
| 15 | Nofianah | Razaqa Batik | Jalan Pandanaran II/2A | Wirausaha |

Bersambung

Sambungan Tabel 1.3

| Kode | Nama Lengkap | Nama Usaha Batik | Alamat Toko | Asal Pekerjaan |
|------|----------------------|---------------------|---|------------------|
| 16 | Aenin | Batik Siwarak | Desa Kandri RT 05 RW 02 | Ibu Rumah Tangga |
| 17 | Rini Sari Handayani | Batik Handayani | Kampung Batik Krajan Nomor 699 | Pegawai |
| 18 | Dodo Budiman | Studio Batik Tulis | Kampung Batik Tengah RT 04 RW 02 Nomor 488 | Pegawai |
| 19 | Wahyu Nugroho | Karya Kriya Batik | Jangli Krajan RT 09 RW 06 No. 5 | Wirausaha |
| 20 | Elizabeth A. Repie | Elly Batik Semarang | Kampung Batik Gayam No 36 B | Ibu Rumah Tangga |
| 21 | Arief Prihanta | X Alang Batik | Kaliajang Lama RT 01 RW 01 Sukerejo, Gunungpati | Pegawai |
| 22 | Joko Sunarto | Batik Canting Mas | Mijen Sekretek RT 02 RW 03 | Pegawai |
| 23 | Agustono | Batik Talangsari | | Pegawai |
| 24 | Reni Tirana | Meli Hasta Batik | Griya Raharja No. 21 | Ibu Rumah Tangga |
| 25 | Bambang Heru Handoyo | - | Batik Tengah No. 466 | Wirausaha |
| 26 | Banu Kesyanto | - | Kampung Batik Kubursari RT 06 RW 02 | Pegawai |
| 27 | Eli Sutanto | Elly Batik | Jl. Watugunung IV/184 | Ibu Rumah Tangga |
| 28 | Woro Prijaningrum | | Jl. Cirandeu Raya H-37 | Pegawai |
| 29 | Ngatmi | Batik Gajah Mungkur | Jl. Watuarang RT 07 RW 08 | Ibu Rumah Tangga |
| 30 | Marheno | Zee Batik | Kampung Maloon RT 03 RW 06, Gunung Pati | |

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2018

1.7.6. Teknik Analisis

Teknik analisis adalah kegiatan setelah seluruh data yang dibutuhkan dalam penelitian terkumpul. Kegiatan dalam teknik analisis adalah mengelompokkan, mentabulasi, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis. Dalam pendekatan penelitian kombinasi untuk mengetahui peran dari jaringan kerja sama usaha terhadap proses inovasi dilakukan beberapa tahapan analisis, yaitu analisis deskriptif, analisis jaringan sosial (*social network*) dan analisis tabulasi silang (*crosstab*).

1. Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data yang telah didapatkan, baik data berupa statistik maupun data berupa teks hasil wawancara kepada inovator. Penggunaan analisis deskriptif mencakup pada empat sasaran, yaitu untuk mendeskripsikan jaringan kerja sama, baik eksternal dan internal, serta inovasi dan bagaimana inovasi tersebut tersebar (difusi).

2. Analisis Skoring

Pada penelitian kali ini skoring dilakukan untuk mengidentifikasi jaringan kerja sama dan jaringan inovasi. Untuk mengukur jaringan kerja sama usaha digunakan skala Likert. Skala Likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi kelompok tentang fenomena sosial, terutama dalam kaitannya dengan kerja sama dan inovasi yang terjadi dalam Klaster Batik Semarang. Pada jaringan kerja sama eksternal, hasil pengukuran skala Likert akan ditabulasi silang dengan derajat *innovativeness* untuk membuktikan seberapa besar pengaruh kerja sama eksternal terhadap peluang status seseorang menjadi inovator.

Untuk menentukan jumlah kelas digunakan pendekatan $1 + 3,3 \log n$, dengan n merupakan jumlah sampel, yang seperti telah dijelaskan berjumlah 30. Perhitungan untuk menentukan jumlah kelas adalah sebagai berikut:

Banyaknya kelas interval (k):

$$k = 1 + 3,3 \log n, \text{ dengan } n = \text{banyaknya data (} n=30 \text{)}$$

$$k = 1 + 3,3 \log 30$$

$$k = 1 + 4,25$$

$$k = 5,25 \sim 5$$

Dengan demikian jumlah kelas yang digunakan dalam analisis skoring dengan skala Likert adalah 5 kelas. Sementara untuk skoring pada jaringan kerja sama internal akan disandingkan dengan difusi inovasi menggunakan analisis jejaring sosial. Skoring untuk difusi inovasi lebih sederhana, dengan menggunakan skala Guttman, yaitu dengan jawaban “ya” atau “tidak”. Jika jawaban “ya” mendapat skor 1, maka jawaban “tidak” mendapat skor 0, kemudian akan dibuat matriks dari ke-30 perajin batik (populasi) untuk membentuk analisis SNA dalam konteks hubungan difusi inovasi. Hasil skor jejaring kerja sama internal dan difusi inovasi juga akan diuji dengan analisis *crosstab* untuk melihat hubungan dari variabel tersebut.

3. Analisis Tabulasi Silang

Secara umum metode tabulasi silang memiliki beberapa pendekatan yang bergantung pada banyaknya variabel yang akan diuji. Metode tabel kontingensi digunakan jika hanya terdapat dua variabel yang akan diuji, sedangkan metode *hierarchical log linear* digunakan apabila terdapat lebih dari dua variabel yang akan diuji (Indratno & Irwinsyah, 1998). Pada penelitian kali ini metode *hierarchical log linear* digunakan untuk mengukur pengaruh jaringan kerja sama usaha eksternal terhadap proses adopsi inovasi, karena pada jaringan kerja sama eksternal terdapat lima variabel, yaitu kerja sama dengan pemasok, pembeli, pesaing, pemerintah dan lembaga pendidikan. Sementara tabel kontingensi digunakan untuk mengukur pengaruh jaringan usaha dalam internal klaster terhadap proses difusi inovasi.

Untuk menggunakan metode tabulasi silang dalam menganalisis sebuah data statistik, perlu melewati beberapa langkah sebagai berikut:

a. Uji *Chi-Square* Pearson

Uji *chi-square* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antarvariabel yang akan diuji, yaitu variabel bebas dan terikat dalam bentuk baris dan kolom. Untuk melakukan uji ini perlu dibangun sebuah hipotesis. Hipotesis ini terjawab berdasarkan hasil nilai probabilitas yang telah diperoleh. Interpretasi dari model uji *chi square* dijelaskan pada **Tabel I.4**.

TABEL I.4
UJI CHI-SQUARE

| Hipotesis | Keterangan | Kondisi |
|----------------|---|---------------------------------------|
| H ₀ | Ada hubungan antara baris dan kolom | Jika probabilitas (α) < 0.05 |
| H ₁ | Tidak ada hubungan antara baris dan kolom | Jika probabilitas (α) > 0.05 |

Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2017

b. Uji *Contingency Coefficient*

Setelah mendapat hasil dari uji *chi-square* maka selanjutnya dilakukan uji *contingency coefficient*. Tahapan ini digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel yang diuji. Kekuatan hubungan antarvariabel diinterpretasikan dengan besaran yang ada pada tabel *symetric measure*, jika semakin mendekati angka 1, maka hubungan tersebut dinyatakan semakin kuat pula. Uji *contingency coefficient* perlu dilakukan apabila H₀ diterima, atau terdapat hubungan antarbaris dan kolom, sementara jika sebaliknya, uji ini tidak perlu dilakukan.

c. Uji Lambda

Uji Lambda, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kolom pada baris atau sebaliknya. Bila mendekati 0, maka terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel terikat.

4. Analisis Jejaring Sosial

Analisis jejaring sosial adalah analisis yang berfokus pada bagaimana hubungan antaraktor dalam suatu sistem sosial membentuk struktur sosial dengan teknik pemodelan yang dapat mengidentifikasi dan menganalisis struktur maupun pola hubungan antara para aktor (Whichmann & Kaufmann, 2016). Pada pendekatan penelitian ini, analisis jejaring sosial digunakan untuk mengetahui dan mengidentifikasi bagaimana bentuk, struktur, posisi dan peran dari setiap pelaku atau

aktor yang tergabung dalam klaster industri batik di Kota Semarang dalam jaringan kerja sama internal, serta proses difusi inovasi. Dengan analisis jejaring sosial pada jaringan kerja sama internal klaster batik, digunakan variabel yang telah ditentukan sebelumnya untuk mengukur *closeness centrality*. Sementara pada proses difusi inovasi, analisis ini digunakan untuk mengetahui aktor mana yang memiliki peranan penting (*local champion*) pada proses difusi inovasi, seperti siapa inovator yang mengadopsi suatu inovasi pada sistem sosial Klaster Batik Semarang pertama kali, atau aktor mana yang memiliki banyak jejaring dalam menyebarkan inovasi meskipun bukan penemu utama. Analisis jejaring sosial ini juga berperan untuk mereduksi jaringan-jaringan yang diikutsertakan atau tidak diikutsertakan dalam analisis *crosstab* dengan mempertimbangkan peluang difusinya.

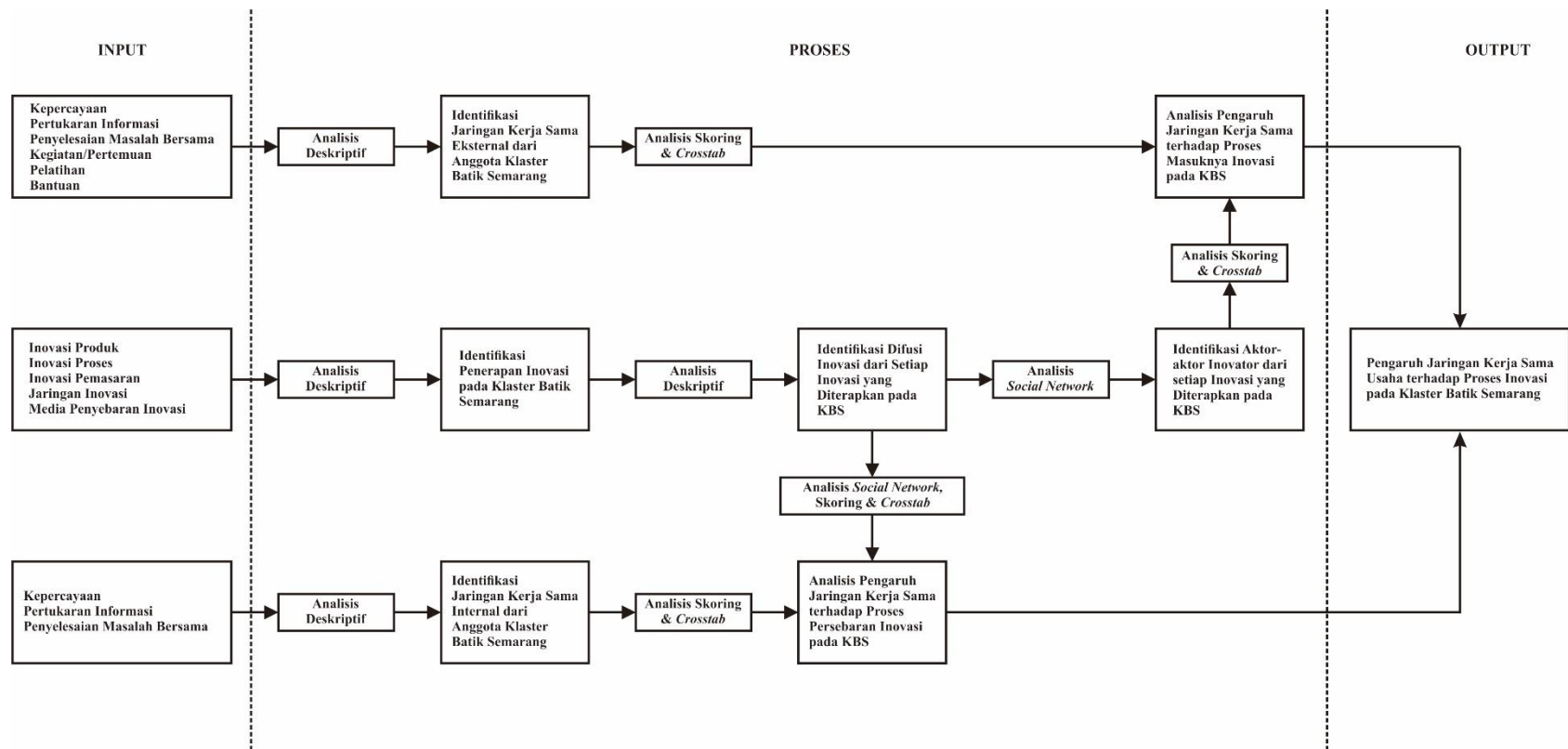
1.8. Kerangka Analisis

Seluruh metode penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, kemudian dirangkum dalam kerangka analisis. **Gambar 1.4** merupakan kerangka analisis penelitian ini. Pada proses input, data yang digunakan sebagai dasar analisis didapatkan melalui kuesioner yang disebar kepada seluruh responden, serta wawancara yang dilakukan dengan aktor kunci atau inovator.

Data tersebut kemudian diolah dengan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi kerja sama eksternal, kerja sama internal serta penerapan inovasi. Dari hasil analisis penerapan inovasi didapatkan identifikasi jaringan difusi inovasi-inovasi terkait dengan menggunakan analisis deskriptif. Dari hasil identifikasi jaringan difusi inovasi dapat diketahui siapa saja inovator-inovator dari setiap inovasi dengan menggunakan analisis jejaring sosial.

Setelah seluruh atribut diidentifikasi, maka selanjutnya dilakukan analisis untuk pengujian hipotesis. Untuk pengujian pertama, dilakukan analisis skoring dan *crosstab* pada hasil identifikasi kerja sama eksternal dan identifikasi inovator, untuk mengetahui pengaruh kerja sama eksternal terhadap proses masuknya inovasi pada sistem sosial Klaster Batik Semarang. Langkah selanjutnya adalah menginvestigasi apakah kerja sama internal berpengaruh terhadap proses persebaran inovasi dengan menggunakan analisis skoring, *crosstab* dan jejaring sosial pada hasil identifikasi kerja sama internal dan identifikasi difusi inovasi.

Setelah didapatkan seluruh hasil analisis, kemudian dilakukan elaborasi kepada hasil dari kedua analisis yang telah disebutkan untuk menjawab hipotesis penelitian yang membuktikan peran kerja sama dalam proses inovasi. Pada proses analisis yang dilakukan untuk menjawab hipotesis, hasil data statistik tidak akan berdiri sendiri, namun juga disesuaikan dengan hasil analisis kualitatif hasil dari wawancara.



Sumber : Diolah oleh Peneliti, 2017

GAMBAR 1.4
KERANGKA ANALISIS PENELITIAN

1.9. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian pada penelitian ini terdiri dari lima bab. Bab-bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan dan sasaran penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian yang meliputi lokasi penelitian dan batasan substansi penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian serta sistematika penelitian laporan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab ini membahas mengenai kajian teoritis maupun referensi yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut berguna sebagai dasar dalam memahami topik penelitian yang diambil, serta menentukan variabel-variabel yang digunakan sebagai alat ukur. Terdapat tiga pokok bahasan yang terkandung dalam penelitian ini yaitu klaster, jejaring kerja sama dan inovasi.

BAB III GAMBARAN UMUM KLASTER BATIK SEMARANG

Pada Bab ini akan dibahas gambaran umum maupun khusus terkait Klaster Batik Semarang sebagai objek penelitian kali ini, digunakan sebagai fakta-fakta pendukung penyusunan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dilakukan analisis hingga didapatkan hasil untuk dapat mengetahui peran modal sosial terhadap perkembangan industri batik di Kota Semarang. Analisis yang dilakukan mengikuti sasaran yang telah ditentukan pada bab pendahuluan antara lain identifikasi jaringan kerja sama eksternal dari anggota klaster batik, identifikasi jaringan kerja sama internal antar anggota klaster, identifikasi penerapan inovasi pada Klaster Batik Semarang, identifikasi difusi inovasi dari setiap inovasi yang diterapkan pada Klaster Batik Semarang, identifikasi aktor-aktor inovator dari setiap inovasi yang diterapkan pada Klaster Batik Semarang, analisis pengaruh jaringan kerja sama internal terhadap proses persebaran inovasi pada Klaster Batik Semarang, dan analisis pengaruh jaringan kerja sama eksternal terhadap proses masuknya inovasi pada Klaster Batik Semarang.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian dan rekomendasi terkait kebijakan yang dapat dilakukan pemerintah daerah dalam mengembangkan

industri batik khususnya kerja sama dan pengembangan inovasi, serta dapat digunakan sebagai studi lanjutan di waktu yang akan datang.

PERPUSTAKAAN PLANOLOGI