



ISSN No. 2407-0548

FMI 6

Proceedings Forum Manajemen Indonesia 6  
**ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT**



Didukung Oleh:



Departemen Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sumatera Utara  
Medan  
November 2014

# FORUM MANAJEMEN INDONESIA 6 ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT

1. Prof. Dr. Soedarmo Soedarmo	Prof. Dr. Soedarmo Soedarmo	Prof. Dr. Soedarmo Soedarmo
2. Prof. Dr. Soedarmo	Prof. Dr. Soedarmo	Prof. Dr. Soedarmo
3. Dr. T. Hana Hana, MBA	Dr. T. Hana Hana, MBA	Dr. T. Hana Hana, MBA
4. Sri Gunawan, PhD	Sri Gunawan, PhD	Sri Gunawan, PhD
5. Prof. Dr. Eriq Fauzan Sidiq, SP, MSi	Prof. Dr. Eriq Fauzan Sidiq, SP, MSi	Prof. Dr. Eriq Fauzan Sidiq, SP, MSi
6. Prof. Dr. Budi Eko Soedarto	Prof. Dr. Budi Eko Soedarto	Prof. Dr. Budi Eko Soedarto
7. Idris Gunawan, SE, SKom, MM, MBA	Idris Gunawan, SE, SKom, MM, MBA	Idris Gunawan, SE, SKom, MM, MBA
8. Dr. Mardiana, MSi, MSi	Dr. Mardiana, MSi, MSi	Dr. Mardiana, MSi, MSi
9. Johay Rudianto, SE, MM	Johay Rudianto, SE, MM	Johay Rudianto, SE, MM
10. Meliza Silvi, SE, MM	Meliza Silvi, SE, MM	Meliza Silvi, SE, MM
11. Dr. Kimo Hordawan	Dr. Kimo Hordawan	Dr. Kimo Hordawan
12. Rody Aryanis, SE, MM	Rody Aryanis, SE, MM	Rody Aryanis, SE, MM
Ketua Korwil FMI	Ketua Korwil FMI	Ketua Korwil FMI
Dr. Rudi Huriyati	Dr. Rudi Huriyati	Dr. Rudi Huriyati
Dr. D. Agus Hujus, MSi	Dr. D. Agus Hujus, MSi	Dr. D. Agus Hujus, MSi
Rody Aryanis, SE, MM	Rody Aryanis, SE, MM	Rody Aryanis, SE, MM
Dr. Ranaetia, SE, MSi	Dr. Ranaetia, SE, MSi	Dr. Ranaetia, SE, MSi
Dr. Fatchur Rohman, S.E., M.Si	Dr. Fatchur Rohman, S.E., M.Si	Dr. Fatchur Rohman, S.E., M.Si

Departemen Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sumatera Utara  
Medan  
November 2014

## REVIEWER FMI 6 MEDAN

Prof. Dr. Syahnur Said

Prof. Dr. Sucherly

Prof. Dr. Erni Tisnawati Sule, SE. MSi.

Prof. Dr. Ritha F. Dalimunthe, M.Si.

Prof. Dr. Prihatin Lumbanraja, M.Si.

Prof. Dr. Rismayani, MS

Prof. Dr. Paham Ginting, Msi

Dr. Muslich Lufti, MBA

Dr. Ratih Hurriyati

Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

Rudy Aryanto, SE. MM.

Dr. Ramadania, SE, M.Si

Dr. Fatchur Rohman, S.E., M.Si.

## DAFTAR NAMA PENGURUS FMI

### Pengurus Pusat FMI

- |  |                          |  |
|--|--------------------------|--|
| 1. Prof. Dr. Syahnur Said                  | Penasehat                | <a href="mailto:syahnur_said@yahoo.com">syahnur_said@yahoo.com</a>     |
| 2. Prof. Dr. Sucherly                      | Penasehat                | <a href="mailto:sch@dmb.fe.unpad.ac.id">sch@dmb.fe.unpad.ac.id</a>     |
| 3. Dr. T. Hani Handoko, MBA.               | Penasehat                |  |
| 4. Sri Gunawan, DBA.                       | Ketua Umum               | <a href="mailto:sgunawan22@gmail.com">sgunawan22@gmail.com</a>         |
| 5. Prof. Dr. Erni Tisnawati Sule, SE. MSi. | Ketua - 1 - Pendidikan   | <a href="mailto:erniesule@gmail.com">erniesule@gmail.com</a>           |
| 6. Prof. Dr. Budi Eko Soetjipto            | Ketua - 2 - Penelitian   | <a href="mailto:soetjiptobe@yahoo.com">soetjiptobe@yahoo.com</a>       |
| 7. Idris Gautama, SE. SKom. MM. MBA.       | Ketua - 3 - Pemberdayaan | <a href="mailto:idrisgs@gmail.com">idrisgs@gmail.com</a>               |
| 8. Dra. Nuri Herachwati, MSi. MSc.         | Sekretaris - 1           | <a href="mailto:herachwati@yahoo.com">herachwati@yahoo.com</a>         |
| 9. Johny Rusdiyanto, SE. MM.               | Sekretaris - 2           | <a href="mailto:jrusdiyanto@yahoo.com">jrusdiyanto@yahoo.com</a>       |
| 10. Melizza Silvi, SE. MSi.                | Bendahara - 1            | <a href="mailto:meliza@perbanas.ac.id">meliza@perbanas.ac.id</a>       |
| 11. Dr. Riko Hendrawan                     | Bendahara - 2            | <a href="mailto:riko_hendrawan@yahoo.com">riko_hendrawan@yahoo.com</a> |
| 12. Rudy Aryanto, SE. MM.                  | Koord Informasi          | <a href="mailto:raryanto@binus.edu">raryanto@binus.edu</a>             |

### Ketua Korwil FMI

- |                                 |                               |  |
|---------------------------------|-------------------------------|--|
| Dr. Ratih Hurriyati             | Ketua - Korwil FMI Jawa Barat | <a href="mailto:r_hurriyati@yahoo.com">r_hurriyati@yahoo.com</a> |
| Dr. D. Agus Harjito, M.Si.      | Ketua - Korwil FMI Jogjakarta | <a href="mailto:harjitok@yahoo.com">harjitok@yahoo.com</a>       |
| Rudy Aryanto, SE. MM.           | Ketua - Korwil FMI Jakarta    | <a href="mailto:raryanto@binus.edu">raryanto@binus.edu</a>       |
| Dr. Ramadania, SE, M.Si         | Ketua - Korwil FMI Kalimantan | <a href="mailto:dhanial75@gmail.com">dhanial75@gmail.com</a>     |
| Dr. Fatchur Rohman, S.E., M.Si. | Ketua - Korwil FMI Jawa Timur | <a href="mailto:fatchuur@yahoo.co.id">fatchuur@yahoo.co.id</a>   |

## KATA SAMBUTAN REKTOR

AssalamualaikumWr.Wbr

Forum Manajemen Indonesia ke 6 (FMI 6) dengan kegiatan seminar dan *call for paper* yang diselenggarakan oleh Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara di Medan ini, sangat saya apresiasi karena mempunyai tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan khususnya pada bidang *entrepreneurial management* yang dapat digunakan untuk menghadapipersaingan akibat dampak globalisasi terutama dengan adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN.

Untuk memenangkan persaingan ini diperlukan implikasi bagi sebuah perusahaan seperti konsep-konsep manajemen, ketrampilan, pola pikir dengan fleksibilitas yang tinggi, inovasi dan responsif serta pengetahuan kewirausahaan di berbagai lapisan manajemen. Kreatifitas dan inovasi dikembangkan untuk dapat mengembangkan produk baru, yang unik dan mempunyai nilai tambah (*value added*) bagi perusahaan ataupun organisasi.

Selain tu, transformasi bisnis yang semakin cepat dan terus menerus berkembang membutuhkan manajemen yang dinamis meliputi keseluruhan aspek manajemen bagi perusahaan ataupun organisasi. Aspek tersebut diantaranya meliputi bidang manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan dan kewirausahaan.

Saya berharap dengan adanya kegiatan ini dapat memberikan perubahan dan paradigma khususnya bagi para akademisi, praktisi, pengusaha, mahasiswa dan masyarakat luas sehingga dapat menciptakan visi, misi maupun strategi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis di masa yang akan datang.

Terima kasih terhadap para peserta yang telah hadir dan mengikuti acara FMI 6 yang diselenggarakan di Medan ini. Semoga para peserta mempunyai kesan yang baik terhadap acara ini.

Wassalam,  
Rektor Universitas Sumatera Utara

Prof. Dr. Dr. Syahril Pasaribu, DTM&H, M.Sc. (CTM), Sp.A(K)

## KATA SAMBUTAN DEKAN

Assalamualaikum Wr, Wb

Forum Manajemen Indonesia berinisiatif secara berkala bertemu dan berdiskusi demi saling menyamakan visi dalam rangka pengembangan ilmu manajemen melalui Forum Manajemen Indonesia (FMI). Kegiatan Forum Manajemen Indonesia ke 6 pada tahun ini diselenggarakan oleh Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara di Medan dengan acara seminar nasional dan *call for paper* yang bertemakan *entrepreneurial management*.

*Entrepreneurial management* sebagai praktek tentang kreativitas dengan memanfaatkan efisiensi dan efektivitas dalam mengelola sebuah organisasi. Manajer terlibat secara langsung di dalam dinamika yang sangat kompleks antara ilmu manajemen dengan strategi bisnis. Istilah *entrepreneurial management* telah diperluas mencakup konsep kewirausahaan sebagai pola pikir sebagai inisiatif kewirausahaan dalam bentuk kewirausahaan sosial, kewirausahaan politik atau kewirausahaan pengetahuan.

Saya berharap dengan berlangsungnya acara ini dapat memberikan kontribusi yang positif dalam perkembangan konsep dan praktek *entrepreneurial management* khususnya bagi pelaku bisnis Indonesia. Akhir kata, terima kasih kepada para peserta telah hadir dan mensukseskan acara Forum Manajemen Indonesia di Medan ini.

Wassalam,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara

## KATA SAMBUTAN

Assalamualaikum wr, wb

Forum Manajemen Indonesia ke 6 yang dilaksanakan di Medan ini merupakan kegiatan yang diikuti peserta yang berasal dari akademisi Fakultas Ekonomi seluruh Indonesia. Adapun tema dalam kegiatan ini adalah *entrepreneurial management*. Tujuan dari tema ini adalah sebagai kontribusi dalam pengembangan *entrepreneurial management* yang menggabungkan seluruh konsep manajemen dan kewirausahaan dalam pengembangan dan peningkatan jumlah pelaku bisnis, peningkatan kualitas pelayanan dan produk yang dihasilkan serta strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat khususnya dalam menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) tahun 2015.

Persaingan bisnis merupakan sesuatu yang tidak mungkin dihindari dalam kegiatan manajemen baik yang melibatkan pelaku UMKM dan pelaku bisnis skala besar. Untuk itu diperlukan konsep-konsep manajemen yang dapat menjawab tantangan dari pelaku bisnis domestik maupun Internasional. Konsep-konsep ini harus merupakan konsep yang lahir dari penelitian yang baru dan berkualitas dari para akademisi yang dapat diterapkan kepada pelaku bisnis tersebut.

Kami dari panitia FMI 6 sangat mengharapkan kepada para peserta untuk dapat berperan aktif dalam memberikan ide-ide, konsep-konsep baru dan pengalaman untuk dapat secara bersama-sama memberikan kontribusi dalam mewujudkan transformasi, strategi dan inovasi bagi kemajuan ilmu manajemen di Indonesia.

Acara Seminar Nasional dan Call For Paper ini diikuti oleh berbagai Universitas yang ada di Indonesia dengan jumlah Paper 268 Paper. Yang terdiri dari:

- Manajemen Strategi : 13 Paper
- Manajemen Kewirausahaan : 50 Paper
- Manajemen Operasi : 16 Paper
- Manajemen SDM : 51 Paper
- Manajemen Umum : 16 Paper
- Manajemen Pemasaran : 60 Paper
- Manajemen Keuangan : 62 Paper

Wassalam,

Ketua Panitia,  
Dr. Isfenti Sadalia, SE., ME

## DAFTAR ISI

DAFTAR NAMA PENGURUS FMI .....	iii
KATA SAMBUTAN REKTOR .....	iv
KATA SAMBUTAN DEKAN .....	v
KATA SAMBUTAN.....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
JADWAL ACARA FMI 6 MEDAN .....	xxix
JADWAL ACARA PER SESI.....	xxx

### MANAJEMEN KEUANGAN

<b>BIAS INVESTOR PADA PERDAGANGAN INDEKS</b> Abdur Rafik.....	3
<b>HUBUNGAN AGENSI DAN KINERJA PADA PERUSAHAAN KELUARGA: STUDI PADA PERUSAHAAN KECIL DAN MENENGAH DI YOGYAKARTA</b> Agus Harjito, Arif Singapurwoko .....	4
<b>ANALISIS <i>OVERREACTION</i>, <i>FIRM SIZE</i> DAN <i>LIKUIDITAS</i> SAHAM PADA SAHAM SYARIAH DAN NONSYARIAH DI BURSA EFEK INDONESIA</b> Agus Riyanto, Zaenal Arifin .....	5
<b>PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN LABA DI MASA YANG AKAN DATANG</b> Ait Novatiani, Rosyani Muthya.....	6
<b>PENGARUH PERGERAKAN NILAI TUKAR RUPIAH TERHADAP VOLUME PERDAGANGAN SAHAM DAN <i>RETURN</i> SAHAM PADA SEKTOR ANEKA INDUSTRI YANG TERDAFTAR PADA BEI TAHUN 2008-2012</b> Andina Pradanti, Nurfauziah .....	7
<b>ANALISIS RISIKO PORTOFOLIO OPTIMAL SAHAM BLUE CHIP MENGGUNAKAN PENDEKATAN VALUE AT RISK</b> Ari Christianti.....	8
<b>ANALISIS KINERJA LEMBAGA KEUANGAN MIKRO DI INDONESIA DENGAN VARIABEL FINANCIAL SUSTAINABILITY, OUTREACH DAN WELFARE IMPACT</b> Arif Singapurwoko .....	9
<b>PENGARUH KONDISI KEUANGAN PERUSAHAAN TERHADAP MANIPULASI AKTIVITAS RIIL</b> Amellya Christiantidan, I Putu Sugiarta Sanjaya .....	10
<b>PERKEMBANGAN <i>BEHAVIORAL FINANCE</i> DI INDONESIA DAN MANCANEGARA</b> Benny Budiawan Tjandrasa.....	11

<b>STRUKTUR KEUANGAN DAN KINERJA ANTAR GENERASI PERUSAHAAN KELUARGA DI INDONESIA</b> Baziedy Aditya Darmawan, Dwiprptono Agus Harjito.....	12
<b>PENGARUH RASIO SPESIFIK PERBANKAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN BANK GO PUBLIC DI BEI</b> Cytraningrum Denry Susanty, Sutrisno.....	13
<b>KETEPATAN ESTIMASI LABA, TARGET HARGA DAN REKOMENDASI SAHAM DALAM ANALYST REPORT</b> C. Erna Susilawati .....	14
<b>MODEL MARKOWITZ UNTUK PEMBENTUKAN PORTFOLIO OPTIMAL DI BURSA EFEK INDONESIA</b> Dihin Septyanto, Bob Kertopati .....	15
<b>PENGARUH PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI)</b> Eria Orizayanti, Nurfauziah.....	16
<b>PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, NON-DEBT TAX SHIELD, LABA PERUSAHAAN, FIXED ASSET, RISIKO BISNIS DAN LIQUIDITY TERHADAP LEVERAGE PADAPT ASTRA INTERNATIONAL TBK DAN ANAK PERUSAHAANNYA DI BURSA EFEK INDONESIA</b> Evanti Anggraini , Tita Deitiana .....	17
<b>THE AGGREGATE BIAS OF THE DISPOSITION EFFECT</b> Edo Sri Harsanto .....	18
<b>ANALISIS EFISIENSI PERBANKAN ISLAM DI ASIA TENGGARA</b> Faaza Fakhrunnas, Zaenal Arifin .....	19
<b>DETERMINAN KECURANGAN LAPORAN KEUANGAN DAN KORUPSI MANAJEMEN</b> Fitri Ismiyanti, Chyntia .....	20
<b>PENGARUH KONSENTRASI KEPEMILIKAN DAN KOMITE AUDIT TERHADAP MANAJEMEN LABA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KUALITAS LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2012 SAMPAI 2013</b> Fransisca Hanita R, Ryani Dhyan Parashakti.....	21
<b>FACTORS FROM UNDERWRITER THAT INFLUENCE INITIAL RETURN OF THE COMPANIES DOING INITIAL PUBLIC OFFERINGS IN INDONESIA STOCK EXCHANGE IN THE PERIOD OF 2004-2011</b> Ferry Sugianto, Liliana Inggrit Wijaya .....	22
<b>PENGARUH ASET, MODAL SENDIRI, MODAL ASING, JUMLAH PEGAWAI DAN JUMLAH ANGGOTA TERHADAP PENDAPATAN USAHA KOPERASI SEKTOR UNGGULAN DI ACEH UTARA</b> Ghazali Syamni, Nazir <sup>2</sup> , Musliadi .....	23
<b>HUBUNGAN ANTARA KUALITAS KELEMBAGAAN, INVESTASI ASING LANGSUNG, KEBEBASAN PASAR, DAN KEWIRAUSAHAAN: STUDI PERBANDINGAN DI ASIA TENGGARA</b> H. Sugeng Hariadi .....	24

<b>GENDER, STRUKTUR MODAL, DAN KEPUTUSAN KEUANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI INDONESIA</b> Herlina Yoka Roida.....	25
<b>ANALISIS PENERBITAN OBLIGASI DAERAH UNTUK PEMBIAYAAN INFRASTRUKTUR DAERAH</b> <i>(ANALYSIS OF MUNICIPAL BOND ISSUANCE TO FINANCING LOCAL INFRASTRUCTURE)</i> H.M. Hasbi Zaidi.....	26
<b>ANALISIS DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBAYARAN DIVIDEN STUDI PADA PERUSAHAAN YANG <i>GO PUBLIC</i> DI BURSA EFEK INDONESIA</b> Heni Kusumawati, Shita Lusi Wardhani.....	27
<b>PERSPEKTIF MANAJER INDUSTRI KEUANGAN SYARIAH DI JEMBER TENTANG PENERAPAN BISNIS SYARIAH</b> Hari Sukarno, Dessy Novitasari Laras Asih.....	28
<b>ISLAMIC FINANCE MANAGEMENT: A PLATINUM OPPORTUNITY FOR YOUNG ENTREPRENEURS</b> Ike Purnamasari, Maryam Nadir .....	29
<b>PENGARUH FAKTOR FUNDAMENTAL DAN TEKNIKAL TERHADAP HARGA SAHAM PERTAMANGAN DI BURSA EFEK INDONESIA</b> Intan Yuniasih, Sri Mulyati .....	30
<b>STRUKTUR MODAL PERUSAHAAN MULTINASIONAL DAN PERUSAHAAN DOMESTIK SERTA FAKTOR PENENTU:PERBANDINGAN DI NEGARA MAJU DAN NEGARA BERKEMBANG</b> I Made Sudana, Anita Handayani.....	31
<b>THEORETICAL BASES OF THE DISPOSITION EFFECT ONINVESTOR BEHAVIOR: REVIEW OF THEORIESAND SURVEY OF LITERATURE</b> I Made Surya Negara Sudirman .....	32
<b>FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI <i>LOAN CONTRACT</i> PADA PINJAMAN KORPORASI DI KAWASAN ASIA-PASIFIK PERIODE 2006-2010</b> Jemmy Gunawan, Deddy Marciano, Liliana Ingrid Wijaya.....	33
<b>BANK PERFORMANCE AND ECONOMIC GROWTH: IMPLENTATION OF GRANGER PANEL CAUSALITY</b> Khairunnisa .....	34
<b>PENGARUH INDIKATOR MAKROEKONOMI TERHADAP INDEKS HARGA SAHAM PERBANKAN</b> Liesa Aprilia Crestin, Hedwigis Esti Riwayati.....	35
<b>ANALISIS FAKTOR MAKRO EKONOMI DAN FAKTOR KINERJA KEUANGAN SEBAGAI PEMBENTUK MODEL PREDIKSI KEBANGKRUTAN PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN TERCATAT DI BEI PADA PAPAN PENGEMBANG DENGAN SEKTOR PERDAGANGAN, JASA DAN INVESTASI) PERIODE 2009-2012</b> M. Sienly Veronica.....	36

<b>CUSTOMER-FOCUSED STRATEGY DAN RISIKO TOTALBANK UMUM DEVISA NASIONAL INDONESIA</b>	
Mudjilah Rahayu .....	37
<b>PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PASAR DAN KINERJA PERUSAHAAN KELUARGA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA</b>	
Mohamad Maulana, Sri Mulyati.....	38
<b>HISTORICAL EFFICIENCY OF BANKS IN INDONESIA AT THE PERIOD OF 1992-2012</b>	
Muhamad Nadraturzaman Hosen, Muhammad Faza Firdaus.....	39
<b>PENINGKATAN KINERJA KEUANGAN DAN KINERJA PASAR: <i>RESOURCE BASED THEORY APPROACH</i></b>	
Mutamimah, Ichva Dhian Fatmariza.....	40
<b>PERUBAHAN HARGA MINYAK MENTAH DUNIA DAN PENDAPATAN SAHAM PERUSAHAAN PADA SUB SEKTOR OTOMOTIF</b>	
Muhammad Madyan, Harmoni Filantropi.....	41
<b>KINERJA PORTOFOLIO SYARIAHDAN PORTOFOLIO NON SYARIAHDI INDONESIA</b>	
Nanny Verónica Djohan, Werner R. Murhadi, Endang Ernawati.....	42
<b>TINGKAT <i>LITERACY</i> KEUANGAN MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DI KOTA MEDAN</b>	
Nisrul Irawati, Syamsul Bahri TRB, Beby Kendida Hasibuan .....	43
<b>PENGUJIAN DAMPAK MANAJEMEN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN NILAI BISNIS (Studi Kasus pada PT. Bank BPR X di Bandung)</b>	
Nanang Sasongko .....	44
<b>CORPORATE GOVERNANCE DAN PERATAAN LABA</b>	
Puput Tri Komalasari, Nur Mia Al'maidah .....	45
<b>PERILAKU PENGAMBILAN RISIKO DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN PADA INDUSTRI PERBANKAN DI INDONESIA</b>	
Rahmat Heru Setianto .....	46
<b>FENOMENA REAKSI BERLEBIHAN ATAU <i>OVERREACTION</i> PADA TRANSAKSI SAHAM DI ASIA TENGGARA</b>	
RShanti DarsihOttemoesoe,Mariana IngMalelak.....	47
<b>PENGARUH RETURN ON ASSET, RETUN ON EQUITY, NET PROFIT MARGIN, DEBT TO ASSET RATIO, DEBT TO EQUITY RATIO DAN DIVIDEND PAYOUT RATIO PADA HARGA SAHAM PERUSAHAAN-PERUSAHAAN TERBUKA YANG TERDAFTAR PADA INDEKS SYARIAH DI BEI 2009-2012</b>	
Rosemarie Sutjiati Njotoprajitno.....	48
<b>FUNDAMENTAL EFFECT TO CAPITAL STRUCTURE ON THE FIRMS LISTED INDONESIA STOCK EXCHANGE YEARS 2009-2012</b>	
Ramli, Agus Zainul Arifin.....	49
<b>PENGARUH EKSPEKTASI KONSUMEN TERHADAP INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN DI BURSA EFEK INDONESIA</b>	
Sumarsono.....	50

<b>DETERMINAN-DETERMINAN MANAJEMEN LABA PADA PENAWARAN SAHAM PERDANA (KASUS PADA PERUSAHAAN SEKTOR ANEKA INDUSTRI)</b> Sheila Regina Prihandini, Tatang Ary Gumanti, Elok Sri Utami.....	51
<b>PENGARUH FAKTOR MAKRO EKONOMI, INDEKS BURSA GLOBAL, DAN KEPEMILIKAN SAHAM ASING TERHADAP PERGERAKAN HARGA SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA</b> Siti Wardani Bakri Katti, Zaenal Arifin .....	52
<b>PERBANKAN SYARIAH: ANTARA IDEALISME DAN OPORTUNISME Studi Kasus pada Perbankan Syariah di Indonesia</b> Sutrisno.....	53
<b>RETURN SAHAM SEKTOR ASURANSI BERDASARKAN USIA PERUSAHAAN (AGE)</b> Sugiyanto, Dihin Septyanto, Yanti Safitry .....	54
<b>PENGUNAAN METODE PENGANGGARAN MODAL DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN KELAYAKAN BISNIS MAKANAN</b> Surya Setyawan.....	55
<b>PENGARUH KOMITMEN MANAJEMEN TERHADAP IMPLEMENTASI SUPPLY CHAIN MANAGEMENT UNTUK MENINGKATKAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR JAWA TIMUR DARI PERSEPSI PARA MANAGER KEUANGAN</b> Sautma Ronni Basana.....	56
<b>ANALISIS KINERJA SAHAM PERUSAHAAN-PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO)</b> Suskim Riantani, Reva Yuliani .....	57
<b>PENGARUH <i>PORTFOLIO TURNOVER</i>, <i>ASET</i>, <i>EXPENSE RATIO</i>, <i>KAS</i> DAN <i>SUBSCRIPTION FEE</i> TERHADAP KINERJA REKSA DANA SAHAM DI INDONESIA Th 2009 – 2012</b> Tuti Suharti, Irene Rini Demi Pangestuti .....	58
<b>PENGARUH <i>BID ASK SPREAD</i> DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP <i>HOLDING PERIOD</i></b> Umi Murtini.....	59
<b>MODEL PENGUKURAN REFLEKTIF UNTUK MENGUKUR PERILAKU OVERCONFIDENCE INVESTOR DI PASAR MODA</b> Wisudanto.....	60
<b>CORPORATE GOVERNANCE AND FIRM PERFORMANCE OF LISTED FIRMS IN INDONESIAN SHARIA STOCK INDEX</b> Wahyu Trinarningsih, Purwanto .....	61
<b>EVALUASI KINERJA PENDEKATAN <i>PROFITABILITY INDEX</i> DAN <i>NET PRESENT VALUE</i> SERTA PEMANFAATAN <i>DOMINANT MATRIX</i> UNTUK MENENTUKAN SEJUMLAH PROYEK INDEPENDEN DALAM <i>CAPITAL RATIONING</i></b> Yohanes Supriyanto .....	62
<b>PERAN DINAMIKA LINGKUNGAN SEBAGAI MODERASI PENGARUH LIKUIDITAS DAN <i>RISK BASED CAPITAL</i> TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN ASURANSI UMUM DI INDONESIA</b> Yuljani.....	63

<b>PENGARUH LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN ORIENTASI STRATEGI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA IKM BATIK TULIS DI PANTURA JAWA TENGAH)</b> Idris.....	108
<b>ANALISIS KINERJA MODAL SOSIAL DAN MODAL INTELEKTUAL MAHASISWA WIRAUUSAHA DI KOTA MEDAN</b> IsfentiSadalia, Nisrul Irawati, Linda Tri Murni Maas.....	109
<b>CLUSTERANALYSIS OF BANKING IN INDONESIA:AN INITIAL STUDY</b> Lina Anatan.....	110
<b>STRATEGI EFISIENSI BEBAN <i>RUNNING REPAIR</i> (STUDI KASUS: PT. PELNI – TANJUNG PRIOK)</b> Nina Nurhasanah, Asmar Joni.....	111
<b><i>INTEGRATED AGRIBUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY BASED ON COCOA AND IMPROMENT OF PRODUCT VALUE-ADDED IN THE DISTRICT OF PARIGI MOUTONG, CENTRAL SULAWESI</i></b> Rosida P. Adam.....	112
<b>SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM) DI PERGURUAN TINGGI: UPAYA MENINGKATKAN KEHANDALAN DAYA SAING BANGSA</b> Ratna Wididastuti.....	113
<b>KEUNGGULAN KOMPETITIF INDUSTRI KECIL ROTAN</b> Ritha.F.Dalimunthe, Setri Hiyanti Siregar, Fivi Rahmatius Sofiyah.....	114
<b>MODEL PENGEMBANGAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM) SEBAGAI SOLUSI MENGATASI KELANGKAAN PRODUK HOLTIKULTURA (SURVEY PADA PELAKU USAHA PRODUK HOLTIKULTURA DI PROVINSI JAWA BARAT)</b> Umi Kaltum, Imas Soemaryani, Wa Ode Zusnita.....	115

#### **MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN**

<b>PENGARUH KECERDASAN ADVERSITAS DAN KEMATANGAN KARIR TERHADAP INTENSI BERWIRAUUSAHA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TARUMANAGARA</b> Andi Wijaya, Richard Andrew.....	119
<b>PERAN PERBANKAN DAN PERGURUAN TINGGI DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DI SUMATERA UTARA (STUDI PADA KELOMPOK USAHA SS1 BANK SUMUT)</b> Ade Indah Sari, Kiki Farida Farine.....	120
<b>IDENTIFIKASI PERMASALAHAN YANG DIHADAPI UMKM (USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH) DI PROPINSI JAWA TIMUR</b> Aang Afandi.....	121

<b>PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DIMODERASI OLEH FAKTOR KECERDASAN EMOSI PADA MAHASISWA FAKULTAS BISNIS UKDW</b>	
Ambar Kusuma Astuti, Agustini Dyah Respati.....	122
<b>THE IMPACT OF ENTREPRENEURIAL EDUCATION ON THE STUDENT'S ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS</b>	
Anik Kusmintarti.....	123
<b>THE IMPACT OF ZACH'S STAR SUCCESS TO SUCCESS OF BUSINESS (CASE STUDY: CREATIVE INDUSTRIES IN BANDUNG)</b>	
Anny Nurbasari.....	124
<b>PERANAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INOVASI PRODUK DAN KINERJA INOVASI (Studi pada UKM Batik di Jawa Tengah)</b>	
Amie Kusumawardhani, Wahyu Dwi Septianti.....	125
<b>PERAN JENIS KELAMIN PADA MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA</b>	
Andhy Setyawan, Joseph L. Eko Nugroho.....	126
<b>KAJIAN LITERATUR: MODEL PEMBERDAYAAN PEREMPUAN USIA PRODUKTIF DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI INDONESIA</b>	
Asni Harianti.....	127
<b>PERAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MANAJEMEN KOTA UNTUK MENINGKATKAN SUSTAINABILITAS KOTA</b>	
Boedi Hartadi Kuslina.....	128
<b>STUDI DAN ANALISIS KETERHUBUNGAN KAPABILITAS INOVASI DAN KINERJA INOVASI (STUDI KASUS: UKM ALAS KAKI DI KOTA SURABAYA)</b>	
Benny Lianto, Esti Dwi Rinawiyanti, Dina Yuindra.....	129
<b>MEMBANGUN PRODUK <i>PREMIUM</i> PADA <i>START-UP BUSINESS</i>: STUDI KASUS PRODUK <i>PREMIUM</i> DALAM <i>ENTREPRENEURIAL PROJECT</i> MAHASISWA UNIVERSITAS CIPUTRA</b>	
Carolina Novi Mustikarini.....	130
<b>PENGEMBANGAN POLA KEMITRAAN RITEL SKALA KECIL UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN DAN DAYA TAHAN USAHA (Studi Pada Ritel Perdagangan di Jawa Timur)</b>	
Christina Whidya Utami, Denny Bernardus.....	131
<b>BUSINESS MODEL CANVAS SEBAGAI ALAT UNTUK PERANCANGAN DAN EVALUASI MODEL BISNIS</b>	
Cliff Kohardinata.....	132
<b>IMPLEMENTASI KONSEP KEWIRAUSAHAAN SOSIAL SEBAGAI MODEL PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI</b>	
Dedi Rianto Rahadi, Zainal.....	133

<b>EKSPLORASI KARAKTER ENTREPRENEURIAL MARKETER PEMILIK USAHA KECIL MENGENGAH (UKM)</b> Damelina B. Tambunan.....	134
<b>INTENSI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA (PERBANDINGAN ANTARA FAKULTAS EKONOMI, FAKULTAS TEKNIK DAN FAKULTAS HUKUM PUN VETERAN JAKARTA)</b> Diana Triwardhani, Nobelson .....	135
<b>MODEL PEMBELAJARAN ENTERPRENEURSHIP DI PERGURUAN TINGGI</b> Endang Ruswanti, Ken Martina, Arief Suwandi.....	136
<b>KEYAKINAN DIRI MAHASISAWA DALAM BERWIRAUSAHA</b> Elsye Tandelilin.....	137
<b>MAPPING OF MICRO AND SMALL MEDIUM ENTERPRISES PARTNERS OF PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK IN GREATER BANDUNG AREA</b> Ernie Tisnawati Sule, Budi Harsanto, Mokhammad Anwar, Wardhana, Sunu Widiyanto, Dika Jatnika.....	138
<b>PERANAN ORIENTASI BUDAYA INDIVIDU TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TANJUNGPURA</b> Endang Dhamayantie .....	139
<b>EFISIENSI DAN INOVASI SYARAT BAGI UMKM BATIK UNTUK BERSAING MENGHADAPI ASEAN ECONOMIC COMMUNITY 2015 (Analisis di Kabupaten Semarang, Jawa Tengah, Indonesia)</b> Edy Dwi Kurniati .....	140
<b>STUDI DESKRIPTIF NIAT PENGUSAHA PEREMPUAN DI SURABAYA UNTUK BERWIRAUSAHA</b> Fitri Novika Widjaja.....	141
<b>STUDENT ENTREPRENEURSHIP, PROSPECT OR PROBLEMS?</b> Fernando Mulia, Vincentia Wahyu Widajatun.....	142
<b>ENTREPRENEURIAL INTENTION ON FACULTY ECONOMICS AND BUSINESS STUDENTS, UNIVERSITY OF SUMATERA UTARA</b> Frida Ramadini, Inggrita Gusti Sari Nasution.....	143
<b>MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN BAGI MULTIDISIPLIN ILMU</b> Hanny Tjandra.....	144
<b>PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHAWAN DAN LINGKUNGAN INTERNAL TERHADAP KEMANDIRIAN USAHA</b> Ita Rifiani Permatasari.....	145
<b>PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN PADA MINAT MAHASISWA UNTUK BERWIRAUSAHA</b> Joseph L. Eko Nugroho, Andhy Setyawan.....	146
<b>ENHANCING COMPETITIVENESS IN BUSINESS THROUGH ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT EDUCATION AS A STRATEGY IN FACING REGIONAL OPPORTUNITIES AND CHALLENGES</b> John Tampil Purba .....	147

# Efisiensi dan Inovasi Syarat Bagi UMKM Batik Untuk Bersaing Menghadapi Asean Economic Community 2015: Analisis di Kabupaten Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

Edy Dwi Kurniati

Faculty of Economics and Business  
University of Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS)  
Semarang Region, Central Java, Indonesia  
+628122918845 [kurni\\_edy@yahoo.co.id](mailto:kurni_edy@yahoo.co.id)

## Abstract

*In order to face the Asean Economic Community in 2015, the Small and Medium Enterprises (SMEs) in batik industry is impossible rely solely on the ability of production which oriented on tradition as a local uniqueness source, subsidies and government assistance, but should have efficiency in the economic scale, having a competent quality resources in its field, independent and has a strong brand in the market. To face the ASEAN free market, entrepreneur's factors in the batik industry have an important role to improve efficiency and business revenue in achieving a competitive advantage. This study analyzed the role of entrepreneurship in the production function and its effect on the batik industry revenue. The study was conducted by distributing questionnaires to 100 SMEs in the Semarang Regency. Sampling was conducted by a purposive sampling, while the analyze data using the stochastic frontier production functions and deterministic regression. The results found that the variable costs of labor, bahans and biaya tetaps have a significant influence on the value of production and revenue of batik SMEs, but price efficiency and economical efficiency is still low, it indicates that the advantage profit is not proportional to the cost incurred. In other side, the results of this study also found a positive relationship between entrepreneurs roles in supporting the efficiency. The role of entrepreneurship in product innovation, business alliances and marketing innovation has a positive impact on revenue of batik. The role of entrepreneurs in marketing innovation has the highest elasticity of the production and revenue of batik, and then followed by the role of entrepreneurs in new product innovation, especially in the price efficiency and economical efficiency.*

*Keywords: entrepreneurship, production function, reveneues*

## 1. Background

ASEAN Economic Community (AEC) adalah sebuah integrasi ekonomi ASEAN dalam menghadapi perdagangan bebas antar negara-negara ASEAN. AEC yang diberlakukan pada tahun 2015 menjadikan kawasan ASEAN sebagai pasar tunggal dan kesatuan yang berbasis produksi, dimana mobilitas arus barang, jasa, investasi, modal dan tenaga kerja terampil akan bergerak bebas antar negara-negara yang tergabung dalam negara ASEAN. Pemberlakuan AEC 2015 menuntut daya saing sektor industri di Indonesia. AEC menawarkan akses bisnis

tidak terbatas ke pasar terpadu 600 juta orang, 8% dari populasi dunia yang tersebar di hampir 4,5 juta km persegi (Kemenperin, 2014). Perdagangan bebas di kawasan ASEAN bertujuan untuk menjadikan wilayah ASEAN lebih kompetitif baik antar negara ASEAN maupun untuk bersaing dengan kawasan lain di dunia (asean.org, 2016).

*Cultural and Creative Industries (CCI)* merupakan sektor industri potensial di era digital dan era pasar bebas ASEAN. Menurut UNESCO (2012), CCI berpotensi untuk mendukung pembangunan berkelanjutan pada era ekonomi digital. CCI merupakan

gabungan antara kreativitas budaya, ekonomi dan teknologi dalam dunia kontemporer yang didominasi visual, suara, text dan simbol (UNCTAD, 2008). CCI adalah penggerak utama ekonomi di banyak negara maju dan berkembang. CCI berpotensi meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, kreatifitas masyarakat, menguatkan identitas tempat (lokalitas), memperbaiki kualitas hidup dan menyediakan sumberdaya untuk waktu akan datang (UNESCO, 2012). CCI diprediksi akan menjadi industri masa depan sebagai industri gelombang keempat yang sangat menekankan pada intensifitas informasi, pengetahuan dan kreativitas (Moore, 2013).

Indonesia mempunyai warisan sejarah dan budaya yang kaya dan beragam. Batik fesyen sebagai warisan budaya merupakan produk potensial di era digital dan era pasar bebas ASEAN. Batik sebagai salah satu bagian dari komoditas fesyen tidak hanya produk fungsional namun juga produk *art* yang berkaitan dengan selera, gaya hidup, simbol atau identitas diri bahkan kultural. Batik adalah produk kain bergambar menggunakan pola yang disederhanakan dari motif alam. Pakaian merupakan kebutuhan dasar manusia selain pangan dan papan. Akhir-akhir ini kebutuhan akan pakaian tidak hanya untuk pemenuhan pokok fungsional, namun juga berkaitan dengan selera, gaya hidup, identitas diri bahkan menunjukkan simbol lokalitas atau kultural.

Globalisasi, Pasar bebas dan Era digital memberikan peluang pasar untuk industri Batik di Indonesia. Batik merupakan salah satu produk CCI berpotensi untuk bersaing di era pasar bebas ASEAN berbasis keunikan lokal. Pengembangan ekonomi batik, sebagai

salah satu dari 14 komponen ekonomi kreatif, perlu terus ditingkatkan, mengingat trend dan prospek pasar batik. Ekonomi batik telah berkontribusi menggerakkan ekonomi nasional dengan nilai ekspor sebesar 761 juta dollar AS pada tahun 2011. Disamping itu sebesar 99,39% dari 326 unit usaha yang bergerak di dalam industri batik adalah Usaha Mikro dan Kecil, dengan penyerapan tenaga kerja industri batik sekitar 838 juta orang yang menyebar di berbagai wilayah, tentunya hal ini sangat signifikan dalam memberi kontribusi penciptaan lapangan kerja dan peningkatan penghasilan rakyat. Nilai tambah industri batik selalu meningkat tiap tahun dengan pertumbuhan rata-rata 32,27% (Kemenperin, 2014).

Bank Indonesia bekerjasama dengan World Bank (2014) memetakan lima sektor industri kreatif skala kecil dan mikro menemukan bahwa hampir semua provinsi di Indonesia memiliki potensi industri kerajinan dan fesyen, dan kedua sektor industri tersebut memiliki daya saing yang lebih tinggi dibanding sektor kreatif lainnya. Di Kabupaten Semarang Jawa Tengah, batik sebagai salah satu produk CCI sektor industri kerajinan dan fesyen diantaranya tersebar di Desa Gemawang dan Desa Banaran Kecamatan Jambu serta Desa Susukan, Kecamatan Ungaran Barat. UMKM batik di Kabupaten Semarang untuk bersaing di pasar lokal, domestik maupun di pasar global, tidak hanya dapat mengandalkan pada warisan budaya sebagai sumber keunikan lokal, namun UMKM batik juga harus memiliki efisiensi dan inovasi. Penelitian ini menganalisis aktivitas UMKM Batik dalam inovasi dan pengaruhnya terhadap efisiensi

pendapatan industri batik dalam konteks pasar bebas ASEAN.

## 2. Literature

Perdagangan Bebas memberikan insentif kompetisi untuk meningkatkan efisiensi dan mutu produk, memberikan peluang pasar yang lebih luas dan mengurangi hambatan perdagangan. (Smith, 1776). Pada struktur pasar monopoli tidak banyak memberikan insentif kompetisi. Struktur pasar persaingan sempurna (*Market Liberalization*) ditandai oleh: banyak penjual & pembeli, produknya homogen, kemudahan untuk keluar dan masuk dalam industri secara bebas (*free entry, free exit*), konsumen dan produsen mempunyai pengetahuan yang sama (sempurna) tentang pasar, harga ditentukan oleh pasar, maksimasi profit/keuntungan. Teori Ekonomi Klasik (Smith, 1776) menganjurkan kebijakan publik diserahkan pada mekanisme pasar, individualisasi kesejahteraan, komodifikasi, dan minimalisasi peran negara.

Berbasis Teori Ekonomi Klasik (Smith, 1776) kompetisi dalam pasar bebas akan memberikan insentif bagi banyak perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan mutu produk. Kompetisi adalah bersaingnya para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan, pangsa pasar, dan jumlah penjualan. Kompetisi meningkatkan efisiensi pasar melalui persaingan mutu dan persaingan harga. Kompetisi mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengembangkan produk, teknologi dan jasa, sehingga menyebabkan lebih banyaknya pilihan, menghasilkan

produk yang lebih berkualitas, dan harga yang lebih rendah. Kualitas tidak hanya berkaitan dengan aspek kuantitatif teknik (seperti: kekuatan, keawetan) namun juga aspek kualitatif seperti: kepuasan, pelayanan dan pemenuhan selera.

Perusahaan yang memenangkan persaingan yaitu yang memproduksi barang atau jasa dengan input biaya di bawah rata-rata dan atau menghasilkan output kualitas di atas rata-rata (Porter, 2008). Efisiensi sebagai ukuran dari keunggulan kompetitif yaitu aktivitas perusahaan untuk memaksimalkan output atau meminimalkan input (Lieberman & Dhawan, 2005; Chen, Delmas & Lieberman, 2015). Dengan kata lain, Perusahaan yang memenangkan persaingan yaitu perusahaan yang mempunyai efisiensi teknis, efisiensi harga dan efisiensi ekonomis di atas rata-rata industri.

Efisiensi dapat dicapai diantaranya melalui peningkatan skala ekonomi, aktivitas manajemen dan kewirausahaan. Manajer mengelola pasar dari sisi permintaan dan penawaran. Aktivitas manajemen merencanakan produk dan usaha, mengimplementasikannya melalui manajemen produksi dan operasional, manajemen pemasaran, manajemen keuangan, serta melakukan monitoring dan evaluasi. Selain aktivitas manajemen, manajemen perusahaan melakukan aktivitas kewirausahaan (Audretsch dan Keilbach. 2007). Wirausaha melalui proses inovasi memperkenalkan produk baru, metode produksi, pasar, sumber pasokan, atau kombinasi industri untuk menciptakan peluang-peluang ekonomi (Schumpeter, 1934). dan mengangkap peluang untuk

mengembalikannya pada keseimbangan baru (Kirzner, 1973).

Pada perusahaan skala besar, aktivitas manajemen dan inovasi terspesialisasi. Aktivitas manajemen dan inovasi seperti: manajemen operasional, manajemen pemasaran, manajemen keuangan, riset pasar dan pengembangan produk terspesialisasi dalam divisi-divisi perusahaan. Pada perusahaan skala kecil, berbagai aktivitas manajemen dan inovasi dilakukan tersentralisasi pada manajer yang sekaligus pemilik usaha. Banyak usaha skala kecil di negara berkembang, pemilik-manajer usaha mempunyai berpendidikan rendah. Aktivitas manajemen dilakukan secara tradisional yaitu melakukan apa yang bisa dan biasa dilakukan.

Pada perusahaan skala kecil, peluang untuk memperkerjakan profesional atau agen di bidang pemasaran, manajemen, desain dan teknik yang terspesialisasi tidak efisien secara skala ekonomi. Peluang efisiensi skala ekonomi untuk memperkerjakan profesional atau agen profesional dapat dicapai oleh usaha skala kecil melalui kerjasama berbasis pasar dan non pasar. Kerjasama berbasis pasar adalah seperti lembaga/perusahaan pemasar, agen distribusi berbasis transaksi (tawar menawar). Kerjasama berbasis non pasar adalah seperti kerjasama antar organisasi produsen (koperasi) atau aliansi dengan perusahaan besar.

Selanjutnya peran efisiensi dan inovasi dalam pendekatan fungsi produksi dijelaskan sebagai berikut. Fungsi produksi adalah hubungan antara kuantitas input yang digunakan untuk membuat produk (Mankiw, 2008: 313). Fungsi produksi dalam aktivitas

produksi dirumuskan sebagai berikut (Pasay *et al.*, 2008: 146):

$$Q = AK^\alpha L^{1-\alpha} \text{ Dimana:}$$

$$A = \phi h^\gamma$$

$$h = f(E)h$$

(1)

Selanjutnya aktivitas inovasi, dapat digambarkan sebagai berikut (Ngurah Agung *et al.*, 2008: 146):

$$Q_R = \phi K_R^\beta + A_R z \text{ Dimana:}$$

$$z = L_R h,$$

$$K_R = g(E)K_R,$$

(2)

Kuantitas produksi barang /jasa sebagai kegiatan untuk pemenuhan kebutuhan manusia adalah terbatas karena sumberdaya ekonomi yang tersedia selalu terbatas jumlahnya. Wirausaha mempunyai fungsi mengelola sumberdaya yang terbatas untuk menghasilkan *output* yang lebih tinggi dalam pemenuhan kebutuhan tersebut melalui inovasi usaha. Dalam aspek permintaan, wirausaha mempunyai peran untuk meningkatkan permintaan barang dan jasa. Dalam aspek produksi wirausaha mempunyai peran untuk mengelola sumberdaya (*input* produksi) yang serendah-rendahnya untuk menghasilkan *output* yang setinggi-tingginya melalui penciptaan nilai tambah dan efisiensi produksi. Permintaan yang tinggi akan barang dan jasa akan meningkatkan volume produksi dan pendapatan, namun peningkatan pendapatan selain dipengaruhi oleh faktor volume produksi juga dipengaruhi oleh faktor harga dan biaya produksi, serta kemampuan wirausaha dalam mengelola sumberdaya yang ada untuk menghasilkan nilai tambah

yang lebih tinggi dan efisiensi usaha melalui aktivitas inovasi (Audretsch dan Keilbach, 2007).

Keuntungan dari aktivitas inovasi dapat di rumuskan sebagai berikut (Audretsch dan Keilbach, 2007).

$$\pi_R = \theta K_R^\beta + A_R z^g - w_R z - \rho_R K_R$$

(4)

Dimana  $w_R$  adalah upah modal tenaga kerja per unit, dan  $\rho_R$  adalah rata-rata penerimaan dari sumberdaya inovasi. Untuk memaksimalkan keuntungan dari aktivitas inovasi sebagai fungsi pengeluaran dan permintaan  $\frac{d\pi_R}{dK_R} = 0$  dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$\rho_R = \beta \theta K_R^{\beta-1}$$

(5)

Selanjutnya keuntungan dari aktivitas memaksimalkan keuntungan dari aktivitas inovasi dapat didefinisikan sebagai berikut (Audretsch dan Keilbach, 2007).

$$\pi_p = AK_p^{1-\alpha} L_p^\alpha - w_p L_p - \rho_p K_p$$

(6)

Berdasarkan definisi  $\frac{K_p}{L_p} = k$  persamaan 7

dapat ditulis:

$$\rho_p = (1 - \alpha) A k^{-\alpha}$$

(7)

Ketika pasar statis, wirausaha melalui proses inovasi memperkenalkan produk baru, metode produksi, pasar, sumber pasokan, atau kombinasi industri yang mempengaruhi ekonomi keluar dari ekuilibrium sebelumnya (Schumpeter, 1934). Selanjutnya, wirausaha menemukan

peluang untuk memenuhi permintaan untuk mencapai keseimbangan baru (Kirzner, 1973). Jadi teori Schumpeter melihat pengusaha sebagai inovator. Inovator bertindak dalam kesetimbangan, mengganggu dengan inovasi dan menciptakan peluang. Teori Kirznerian mengambil alih ketika disequilibrium dibuat, sedangkan persaingan berperan untuk kematangan wirausaha (melalui kompetisi kualitas) dalam memasuki pertumbuhan. Dalam pendekatan Pandangan berbasis sumber daya (*Resource Based View/RBV*), wirausaha menciptakan ‘*core competence*’ (misalnya, Hamel & Praharad, 1994), kemampuan dinamis terhadap perubahan (*Dinamic Capability*) (misalnya, Teece, Pisano & Shuen, 1997), menciptakan produk yang bernilai, unik, tidak mudah ditiru (Barney, 2002), ‘*capability lifecycle*’ (Helfat & Peteraf, 2003), dan mengutamakan keahlian dibanding keahlian rutin (misalnya, Nelson & Winter, 1982).

Jika *wirausaha* ingin meningkatkan modal baru untuk aktivitas inovasi melalui *research development* dan penggunaan teknologi, dapat ditulis dalam kondisi sebagai berikut (Audretsch dan Keilbach, 2007).

$$\int_t^{+\infty} \rho_R e^{-\gamma(x-t)} dx > \int_t^{+\infty} \rho_p e^{-\gamma(x-t)} dx$$

(8)

Dimana  $r$  adalah rata-rata daritingkat bunga. Substitusi sisi kiri persamaan (4) dengan persamaan (5) dan substitusi sisi kanan persamaan (6) dengan persamaan (7) dan (8), dapat diamati sebagai berikut (Audretsch dan Keilbach, 2007):

$$\frac{\beta \theta K_E^{\beta-1}}{r - (\beta-1)g(E)} > \frac{(1-\alpha)\delta k^{-\alpha} h^\gamma}{r - \gamma f(E)}$$

(9)

Sedangkan fungsi peningkatan efisiensi, peranan kewirausahaan dapat dirumuskan sebagai berikut (Audretsch dan Keilbach, 2007):

$$TE = \frac{d\pi r}{d\pi k}$$

(10)

Dimana, TE= efisiensi teknis,  $d\pi r$  = keuntungan efisiensi,  $d\pi k$  = sumberdaya yang dikorbankan untuk meningkatkan efisiensi seperti melalui penggunaan teknologi dan aktivitas inovasi produk.

### 3. Research Method

Penelitian dilakukan dengan wawancara terhadap 100 UMKM batik di Kabupaten Semarang. Efisiensi UKMK Batik diukur dengan pendekatan analisis efisiensi pendapatan Cobb-Douglas (*Cobb-Douglas Revenue Function*) Metode analisis menggunakan fungsi pendapatan Cobb-Douglas (*Cobb-Douglas Revenue Function*) dan analisis regresi determinan. Fungsi pendapatan Cobb-Douglas (Chand and Kaul, 1986) pada UMKM Batik dapat dituliskan sebagai berikut.

$$PQ = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

(11)

Dimana: PQ= total pendapatan UMKM batik Rp/bulan, Pendapatan = harga x produksi (PxQ),  $X_1$ = Rata-rata biaya tenaga kerja/bulan,  $X_2$ = Rata-rata biaya bahan / bulan,  $X_3$ = Rata-rata biaya tetap/ bulan,  $\alpha, \beta$ = *intercept, slope*,  $e$  = *error*. Persamaan (11)

dalam fungsi logaritma natural dapat dituliskan sebagai berikut.

$$\ln PQ = \beta_0 + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + e$$

(12)

Nilai residu dalam persamaan (11) dan (12) dikomposisikan menjadi dua komponen yang independen:  $e = v - |u|$ ,  $v$  mencerminkan residu yang random, sementara  $u$  merupakan residu yang berasal dari efisiensi/inefisiensi. Selanjutnya, peran wirausaha terhadap efisiensi dapat ditulis sebagai berikut:

$$u = \delta_0 + \delta_1 D_1 + \delta_2 D_2 + \delta_3 D_3 + \varepsilon$$

(13)

Dimana:  $u = PQ' - PQ$  = efisiensi pendapatan. Aktivitas inovasi UMKM Batik diukur dari inovasi produk, aliansi Bisnis dan inovasi pemasaran. Peran UMKM dalam inovasi produk ( $D_1$ ), inovasi pemasaran ( $D_2$ ) dan aliansi Bisnis ( $D_3$ ) diukur dari kinerja proses (bukan output). Apabila UMKM melakukan minimal salah satu dari tiga aktivitas berikut: memanfaatkan *Research & Development Centre* yang difasilitasi Pemerintah atau mempunyai hubungan akses ke desainer atau menerapkan standar kualitas (ISO) atau mempunyai mitra untuk kontrol kualitas seperti oleh perusahaan besar dikode 1 dalam inovasi produk, dan kode =0 jika tidak ada ketiganya. Apabila UMKM batik mempunyai keterlibatan kelompok usaha atau kemitraan dalam aliansi vertikal dikode 1 dalam aliansi bisnis, dan kode =0 jika tidak ada keduanya baik aliansi vertikal dan horizontal. Apabila UMKM batik salah satu dari aktivitas berikut: memanfaatkan konsultasi atau untuk memperoleh informasi pasar yang disediakan Business Centre yang difasilitasi Pemerintah atau aktif dalam

pemeran dagang dikode 1 dalam aliansi bisnis, dan kode =0 jika tidak ada.

#### 4. Hasil Penelitian

##### 4.1. Analisis Efisiensi melalui Pendekatan

###### *Cobb-Douglas Revenue Function*

Hasil analisis (Tabel 1), diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,818 atau 81,8%, hal ini mencerminkan bahwa variabel biaya tenaga kerja ( $X_1$ ), biaya bahan ( $X_2$ ) dan biaya tetap ( $X_3$ ) mampu menjelaskan variasi perubahan yaitu peningkatan atau penurunan pada variabel endogen (pendapatan UKM batik) sebesar 81,8%, adapun sisanya yaitu, sebesar 18,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dilibatkan dalam model. Pengujian persamaan simultan dengan *goodness of fit* (*F-test*), dengan nilai  $p = 0,000$  menunjukkan model fit dengan data.

Tabel 1. Fungsi Pendapatan UMKM Batik

	Pendapatan (P*Q)	
	$\beta$	$p$
(Constant)	1,584	0,000
$LnX_1$	0,336	0,000
$LnX_2$	0,412	0,000
$LnX_3$	0,067	0,056
$R^2$	0,818	
Fisher test ( $p$ )	0,000	
Kolmogorov-Smirnov Z ( $p$ )	0,200	
Durbin Watson	1,874	
Run test (Z) ( $p$ )	0,841	

Sumber: wawancara terhadap pemilik-manajer UMKM Batik Kabupaten Semarang (2014)

Elastisitas biaya tenaga kerja ( $X_1$ ) adalah 0,336, mempunyai arti setiap perubahan biaya tenaga kerja sebesar 1% memberikan kontribusi perubahan terhadap pendapatan UMKM batik sebesar 0,336%, dengan asumsi variabel yang lain adalah konstan. Elastisitas variabel biaya bahan ( $X_2$ ) adalah 0,412, mempunyai arti setiap perubahan biaya bahan baku sebesar 1% memberikan kontribusi perubahan terhadap pendapatan UMKM batik sebesar 0,412%, dengan asumsi variabel yang lain adalah konstan. Elastisitas variabel biaya tetap ( $X_3$ ) adalah 0,067, mempunyai arti setiap peningkatan biaya bahan sebesar 1% memberikan kontribusi perubahan terhadap pendapatan UMKM batik sebesar 0,067%, dengan asumsi variabel yang lain adalah konstan. Secara keseluruhan dari independen variabel, diketahui elastisitas produksi kurang dari 1 (0,815).

$$\begin{aligned} \text{Return to scale} &= \beta_1 + \beta_2 + \beta_3 \\ &= 0,336 + 0,412 + 0,067 \\ &= 0,815 \end{aligned}$$

Tabel 2. Rata-rata Biaya dan Pendekatan UMKM Batik

	Rata-rata (Rp/Bulan)	$\beta$
Pendapatan (PQ)	36.897	
Biaya tenaga kerja ( $X_1$ )	17.819	0.336
Biaya bahan ( $X_2$ )	10.374	0.412
Fix Cost ( $X_3$ )	3.620	0.067
Total Cost (TC)	31.813	0.815

Sumber: wawancara terhadap pemilik-manajer UMKM Batik Kabupaten Semarang (2014)

Perhitungan *Net Profit Margin* (NPM) sebagai berikut.

$$NPM = \frac{\beta \times PQ}{TC}$$

$$NPM = \frac{0,815 \times 36.897}{31,813}$$

$$NPM = 0,945$$

Hasil perhitungan efisiensi harga untuk penggunaan faktor produksi adalah 0,945. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa penggunaan faktor produksi belum efisien atau nilai efisiensinya rendah, sebab hasil perhitungan menunjukkan angka lebih besar dari 1.

#### 4.2 Peran Inovasi terhadap Efisiensi

Pada fungsi efisiensi pendapatan (Tabel 7), hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,512 atau 51,2%, hal ini mencerminkan bahwa variabel eksogen inovasi produk ( $D_1$ ), inovasi pemasaran ( $D_2$ ) dan aliansi Bisnis ( $D_3$ ) mampu menjelaskan variasi perubahan yaitu peningkatan atau penurunan pada variabel efisiensi pendapatan sebesar 51,2%, adapun sisanya yaitu, sebesar 48,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dilibatkan dalam model. Pengujian persamaan simultan dengan *goodness of fit*, didapat *F-test* ( $p$ -value= 0,000) menunjukkan model fit dengan data.

Tabel 3. Peran Inovasi terhadap Efisiensi UMKM Batik

Parameter	Efisiensi Pendapatan	
<i>Constant</i>	-0.062	0.000
$D_1$	0.060	0.004
$D_2$	0.109	0.014
$D_3$	0.077	0.071
$R^2$	0.512	
<i>Sig. F (p)</i>	0.000	

Sumber: wawancara terhadap pemilik-manajer UMKM Batik Kabupaten Semarang (2014)

Aktivitas inovasi UMKM batik mempunyai pengaruh signifikan terhadap efisiensi pendapatan UMKM batik yang aktif dalam inovasi produk, inovasi pemasaran dan aliansi bisnis mempunyai efisiensi pendapatan lebih tinggi dibandingkan UMKM batik yang tidak aktif dalam inovasi

- a. Variabel inovasi produk ( $D_1$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap nilai efisiensi pendapatan batik (Y) ( $p$ -value= 0,004 < 1%), Nilai koefisien regresi inovasi produk ( $D_1$ ) sebesar 0,060, mempunyai arti bahwa UMKM batik yang aktif dalam inovasi produk mempunyai efisiensi pendapatan 0,060% lebih tinggi dibanding UMKM batik yang tidak aktif dalam inovasi produk.
- b. Variabel inovasi pemasaran ( $D_2$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap nilai efisiensi pendapatan batik (Y) ( $p$ -value= 0,014 < 5%), Nilai koefisien regresi inovasi pemasaran ( $D_2$ ) sebesar 0,109, mempunyai arti bahwa UMKM batik yang aktif dalam inovasi pemasaran mempunyai efisiensi pendapatan 0,109% lebih tinggi dibanding UMKM batik yang tidak aktif dalam inovasi pemasaran.
- c. Variabel aliansi bisnis ( $D_3$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap nilai efisiensi pendapatan batik (Y) ( $p$ -value= 0,071 < 10%), Nilai koefisien regresi aliansi bisnis ( $D_3$ ) sebesar 0,077, mempunyai arti bahwa UMKM batik yang aktif dalam aliansi bisnis mempunyai efisiensi pendapatan 0,077% lebih tinggi dibanding UMKM batik yang tidak aktif dalam aliansi bisnis.

#### 5. Pembahasan

Pasar bebas ASEAN dan pertumbuhan

ekonomi ASEAN yang stabil merupakan peluang pertumbuhan bagi perusahaan Indonesia yang berkeinginan merambah manca negara. Pemberlakuan pasar bebas ASEAN mempengaruhi peluang-peluang ekonomi yang mempengaruhi perluasan pasar yang terintegrasi antar wilayah ASEAN. Faktor sumberdaya, kemampuan, preferensi dan pesaing, menjadi tantangan pelaku usaha untuk memanfaatkan peluang. Pelaku usaha dapat melakukan strategi untuk memanfaatkan dan menciptakan peluang pasar dengan menentukan tujuan, penelitian pasar, menemukan aset yang tepat, pembiayaan pembelian aset, mengelola pendapatan dari aset dan / atau menjual aset pada harga lebih tinggi dari yang telah dibayar.

Efisiensi dan inovasi merupakan syarat bagi UMKM Batik Indonesia khususnya di Kabupaten Semarang, Jawa Tengah untuk bersaing menghadapi *Asean Economic Community* 2015: Efisiensi menjadi modal daya saing di era pasar bebas ASEAN. Efisiensi (output/input) yaitu menghasilkan output (nilai, harga produk) maksimal dengan sejumlah penggunaan input minimal. Maksimalisasi output pada produk batik dapat dilakukan karena potensi permintaan batik tidak hanya barang fungsional namun juga dipengaruhi selera, identitas dan budaya. Potensi tersebut meningkat di era informasi dan tanda (UNCTAD, 2008). Efisiensi dapat dicapai melalui aktivitas inovasi

Hasil penelitian (Tabel 1) menemukan bahwa efisiensi pendapatan UMKM batik di Kabupaten Semarang masih rendah. Efisiensi pendapatan yang rendah menunjukkan keuntungan yang diperoleh belum optimal untuk memperoleh pendapatan (harga x penjualan) yang lebih tinggi (Lieberman &

Dhawan, 2005; Chen, Delmas & Lieberman, 2015). Dari tahun ke tahun pelaku usaha melakukan proses produksi secara tradisional dan merupakan usaha warisan turun-temurun. Tenaga kerja yang dipekerjakan sebenarnya telah memiliki keahlian yang cukup. Kendala manajemen yang dialami oleh para pelaku usaha batik skala kecil antara lain adanya ketidakteraturan dalam memproduksi karena disamping akses pasar, beberapa usaha hanya bersifat pekerjaan sampingan. Sebagai usaha warisan turun-temurun mempunyai kelebihan dalam aspek lokalitas, namun sering memberikan kendala manajemen yaitu dikelola secara tradisional. Rendahnya akses pasar, rendahnya inovasi, menyebabkan posisi tawar usaha ini menjadi rendah terhadap pihak yang mempunyai akses pasar, hal tersebut menyebabkan pelaku usaha hanya sebagai proses produksi dengan efisiensi pendapatan yang rendah.

Aktivitas inovasi UMKM batik berpengaruh penting dalam efisiensi pendapatan UMKM batik (Tabel 3). UMKM batik yang aktif dalam inovasi produk, inovasi pemasaran dan aliansi bisnis mempunyai efisiensi pendapatan (perbandingan output pendapatan dibanding input biaya) yang lebih tinggi dibanding rata-rata industri. Efisiensi pendapatan tersebut dicapai dengan memaksimalkan output dan atau meminimalkan input. Aktivitas inovasi UMKM dalam inovasi produk seperti melalui pengembangan desain, kerjasama dengan desainer dan manajemen mutu mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan batik. Demikian juga peran wirausaha dalam aliansi bisnis seperti melalui kemitraan dengan industri besar atau melalui koperasi dan inovasi pemasaran seperti melalui

keikutsertaan dalam pameran dagang dan pemasaran melalui internet mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan batik. Sebagai usaha yang berskala mikro dan kecil, UMKM Batik secara umum tidak memiliki divisi khusus yang bertugas untuk melakukan riset pasar untuk memantau dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan dan preferensi konsumen. Pada umumnya UMKM Batik memahami pelanggan mereka dalam jangka waktu lama, kebutuhan pelanggan diamati dan dinilai melalui pengembangan produk dan layanan secara konsisten. Usaha skala kecil pada dasarnya telah memahami pelanggan mereka hanya jangkauan pasar mereka sangat terbatas. Perusahaan kecil mengikuti beberapa bentuk filosofi pelanggan sendiri dan bersifat informal yang berbeda dengan perusahaan skala besar.

UMKM batik tidak hanya dapat mengandalkan kemampuan produksi yang mangakar pada tradisi sebagai sumber keunikan untuk bersaing di pasar lokal, domestik maupun di pasar global, namun UMKM batik juga harus memiliki desain yang dinamis dan kompetitif, memahami *quality control*, memahami isu-isu lingkungan seperti *eco-design* dan *eco-labelling*, memahami prosedur ekspor, memiliki efisiensi skala ekonomi selain menguasai teknis dan manajemen lainnya seperti kewirausahaan, manajerial, akuntansi dan pemasaran (Harvie, 2004). Kapasitas UMKM tersebut tidak hanya dapat dicapai melalui program pelatihan dan pendampingan yang selama ini dilakukan pemerintah, perusahaan mitra BUMN/BUMD dan swasta, namun harus lebih terintegrasi dalam jaringan usaha yang lebih luas. Kerjasama UMKM batik dalam kelompok usaha, koperasi (dalam kluster) perlu

ditingkatkan untuk mempermudah dalam akses informasi, keuangan dan penyediaan infrastruktur.

Hasil penelitian sesuai dengan hasil penelitian kapasitas manajemen UMKM secara umum (Harvie, 2004) seperti: memiliki biaya relatif tinggi dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi informasi, kekurangan keterampilan dalam pemanfaatan teknologi, tidak memiliki informasi tentang peluang pasar, memiliki biaya transaksi yang tinggi yang timbul dalam mengakses infrastruktur, keterbatasan dalam mencapai standar kualitas, kurangnya keterampilan dan pengetahuan dalam menangani pelanggan baik di pasar domestik atau ekspor.

Model yang dapat dikembangkan yaitu UMKM dalam kelompok usaha dapat bekerjasama memperkerjakan sebuah agen internal (yang terdiri dari staff, seperti: pemasaran, product development, quality control) atau agen eksternal berbasis kontrak kerjasama secara periodik (seperti dalam agen pengelolaan limbah, desainer dalam pengembangan produk dan pemasaran) yang membuat UMKM dalam kelompok usaha memiliki posisi kompetitif yang lebih tinggi dalam jangka panjang. Model aliansi vertikal, perusahaan leader fokus pada pemasaran dengan membangun brand, kegiatan riset dan pengembangan, kontrol kualitas dan manajemen, membuka akses ke pasar domestik dan internasional, sementara UMKM fokus pada pemenuhan kualitas produk dan pengiriman tepat waktu. Perusahaan leader menyediakan modal keuangan, pelayanan teknis dan bantuan manajerial dengan mengirimkan staf untuk UMKM atau, sebaliknya, menerima staf yang diperbantukan dari UMKM. Selain itu, bank-bank dan

lembaga keuangan lebih fleksibel dalam memberikan pinjaman kepada UMKM yang berafiliasi dengan perusahaan besar.

## 6. Kesimpulan

Efisiensi pendapatan UMKM batik di Kabupaten Semarang masih rendah. Biaya produksi dan operasional belum efisien (optimal) untuk meningkatkan pendapatan lebih tinggi. Aktivitas inovasi UMKM batik yaitu dalam inovasi produk, aliansi bisnis dan pemasaran mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan batik. Inovasi pemasaran mempunyai pengaruh paling tinggi terhadap pendapatan UMKM batik disusul inovasi produk dan aliansi bisnis.

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah bahwa UMKM batik untuk bersaing di pasar bebas ASEAN tidak hanya dapat mengandalkan kemampuan produksi yang mangakar pada tradisi sebagai sumber keunikan lokal, subsidi permodalan, bantuan akses pasar, maupun pelatihan jangka pendek, namun dalam jangka panjang harus mempunyai efisiensi skala ekonomi, memiliki kualitas sumberdaya kompeten di bidangnya, mandiri serta mempunyai *brand* yang kuat di pasar lokal dan global. Di sisi lain, skala ekonomi membuat UMKM tidak efisien untuk adopsi teknologi, akses infrastruktur, membangun brand, membayar professional (seperti: manajer, akuntan, desainer, riset dan *development*), sehingga menjadi kendala untuk kompetitif dalam jangka panjang. UMKM harus mengatasi kendala efisiensi skala ekonomi dengan koperasi/kelompok usaha baik dalam kluster maupun jaringan bisnis, membangun aliansi vertikal dalam kelompok usaha berelasi, atau memperkerjakan agen baik melalui akuisisi sumberdaya dan berbasis

kontrak. Pengembangan UMKM CENTER merupakan *show room* produk-produk UMKM batik untuk meningkatkan peran wirausaha batik dalam akses pasar, inovasi desain produk, mutu, dampak lingkungan dan bantuan permodalan. Pemerintah daerah dapat menyediakan sistem insentif dan pembinaan untuk memacu pengembangan pelaku usaha baru untuk akses pasar, pengembangan inkubator teknologi dan bisnis, serta pemberian dukungan pengembangan kemitraan antar usaha kecil.

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan Pertama, desain *cross-sectional* melalui pendekatan penelitian survei sehingga hasil penelitian tidak dapat mengakomodasikan pengaruh waktu (seperti karena pengaruh kebijakan, perubahan teknologi dan perubahan lingkungan pasar yang dinamis). Kedua, penelitian dilakukan dalam kontek UMKM batik di Kabupaten Semarang, Jawa Tengah Penelitian akan datang diperlukan untuk kontek wilayah yang berbeda.

## Unknowladgement

I say thank you to the Ministry of Education and Culture of the Republic of Indonesia which has provided Fundamental Research Grants in 2014, hopefully these results useful for the development of science and technology and has an impact on the development of Indonesian batik business.

## REFERENCES

- Asean.org. 2016. "ASEAN Economic Community". Diakses secara online 6-01-2017 di <http://asean.org/asean-economic-community/>
- Audretsch dan Keilbach. 2007. Entrepreneurship Capital-Determinan and Impact on Regional

- Impact Performance. *Journal MPI Jena* ISSN 1813-8333
- Barney, J. B. (2002), *Gaining and Sustaining Competitive Advantage* 2nd ed., Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Chand and J. L. Kaul (1986) A Note on the Use of the Cobb-Douglas Profit Function, *American Journal of Agricultural Economics* 68(1), 162-164
- Chen, C., Delmas, M.A., Lieberman, M.B.,(2013), Production Frontier Methodologies and Efficiency as a Performance Measure in Strategic Management Research. *Management Science*:1-41
- Hamel, G., & C. K. Praharad (1994), *Competing for the Future*, (Boston, MA: Harvard Business School Press Citation by Tokuda, A. (2005) *The Critical Assessment of the Resource-Based View of Strategic Management: The Source of Heterogeneity of the Firm*. Institute of International Relations and Area Studies, Ritsumeikan University
- Harvie, C. (2004). *East Asian SME Capacity Building, Competitiveness and Market Opportunities in a Global Economy*, Working Paper 04-16. Department of Economics, University of Wollongong
- Kemenperin, (2014). *Mengukur Kesiapan Industri Nasional Jelang AEC 2015*. Majalah Industri Edisi II, Jakarta
- Kirzner, I., (1973), *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lieberman, M. B., & Dhawan, R. (2005). Assessing the resource base of Japanese and US auto producers: A stochastic frontier production function approach. *Management Science*, 51(7), 1060-1075.
- Mankiw, G., (2008). *Principles of Economics*. Third Edition. McGraw-Hill
- Moore, I. (2013). Cultural and Creative Industries concept—a historical perspective. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 738-746.
- Nelson, R. R., & Winter (1982), *An Evolutionary Theory of Economic Change* (Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press) the Citation in Tokuda, A. (2005) *The Critical Assessment of the Resource-Based View of Strategic Management: The Source of Heterogeneity of the Firm*. Institute of International Relations and Area Studies, Ritsumeikan University
- NetFinTex (2013), *Opportunities and Challenges for Financing Innovation in the European Textile and Clothing Industry*. The Online access: [http:// www.netFinTex.com](http://www.netFinTex.com)
- Pasay, NH A, Sugiharso, Ngurah, A., (2008), *Micro Economic Theory: An Analysis of Applied Production*, Eagles Press, Jakarta
- Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Simon and Schuster.
- Schumpeter, (1934), *Theory of Economic Development*, Cambridge, Harvard University Press.
- Smith, A., (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Edited by S.M. Soares. MetaLibri Digital Library, 1-743.
- Teece, D. J, Pisano, G., & A. Shuen (1997), Dynamic Capabilities and Strategic Management, *Strategic Management Journal* 18(7).509-33.
- UNESCO (2012) *Culture: a driver and an enabler of sustainable development*, [www.un.org/millenniumgoals/pdf/2\\_culture](http://www.un.org/millenniumgoals/pdf/2_culture)