

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	15
1.3 Batasan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian .....	16
1.5 Manfaat Penelitian .....	16
1.6 Sistematika Penulisan .....	17
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Ekonomi Kreatif.....	18
2.2 Industri Kreatif .....	18
2.2.1 Subsektor Fesyen .....	19
2.3 Produk .....	20
2.3.1 Atribut Produk dan Jasa .....	21
2.3.2 <i>Branding</i> .....	21
2.3.3 <i>Packaging</i> .....	21
2.3.4 <i>Labelling</i> .....	22
2.3.5 <i>Product Support Services</i> .....	22

2.4 Batik...	22
2.4.1 Motif Batik Lasem .....	23
2.4.2 Warna Batik Lasem.....	24
2.4.3 Alat Produksi dan Zat Pewarna Batik Lasem .....	24
2.5 Keunggulan Bersaing .....	24
2.6 Analisis Internal Membangun Keunggulan Bersaing .....	25
2.6.1 <i>VRIO Analysis</i> .....	25
2.6.2 <i>Value Chain Analysis</i> .....	26
2.6.3 Strategi Generik Porter.....	29
2.7 Analisis Eksternal – Porter’s <i>Five Competitive Forces Analysis</i> .....	31
2.7.1 Ancaman dari Pendatang Baru ( <i>Threat of Entry</i> ).....	32
2.7.2 Intensitas Persaingan antara Kompetitor yang Sudah Ada .....	33
2.7.3 Tekanan dari Barang Pengganti .....	33
2.7.4 Kekuatan Daya Tawar Pembeli.....	33
2.7.5 Kekuatan Daya Tawar Suplier .....	34
2.8 <i>Triple Helix</i> .....	34
2.8.1 <i>Triple Helix</i> dalam Ekonomi Kreatif.....	36
2.8.2 Hubungan <i>Triple Helix</i> dan Keunggulan Bersaing .....	37
2.9 Penelitian Terdahulu .....	37
2.9.1 Penelitian Pertama.....	37
2.9.2 Penelitian Kedua .....	38
2.9.3 Penelitian Ketiga .....	38
2.9.4 Penelitian Keempat .....	38
2.9.5 Penelitian Kelima .....	39
2.9.6 Penelitian Keenam .....	39
2.9.7 Penelitian Ketujuh.....	40
2.9.8 Penelitian Kedelapan.....	40
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Kerangka Pemikiran.....	41
3.2 Paradigma Penelitian.....	41
3.3 Pendekatan Penelitian .....	42
3.4 Jenis Penelitian.....	43
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	43

3.6 Teknik Pemilihan Informan Penelitian .....	44
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.8 Teknik Analisis Data .....	45
3.9 Teknik Keabsahan (Validitas) Data .....	47

#### BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Subjek/ Objek Penelitian .....	48
4.1.1 Profil Kidang Mas .....	48
4.1.2 Profil Pengusaha .....	50
4.1.3 Profil Konsumen .....	51
4.1.4 Profil Auditor Utama Kementerian Koperasi & UKM .....	52
4.1.5 Profil Dosen Program Studi Manajemen .....	52
4.2 Hasil Penelitian .....	52
4.3 Pembahasan .....	79
4.3.1 Analisis Kompetitor Kidang Mas .....	79
4.3.2 Analisis Konsumen .....	82
4.3.3 Keunggulan Bersaing Kidang Mas .....	83
4.3.4 Analisis Internal Bisnis Batik Kidang Mas .....	85
4.3.5 Analisis Eksternal Bisnis Batik Kidang Mas .....	95
4.3.6 Peran <i>Triple Helix</i> dalam Membangun Industri Batik Lasem .....	97

#### BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	102
5.2 Implikasi Manajerial .....	104
5.3 Saran untuk Pemerintah .....	106
5.4 Saran untuk Akademisi .....	106
5.5 Saran Penelitian Selanjutnya .....	107
5.6 Keterbatasan Penelitian .....	107

DAFTAR PUSTAKA .....	108
----------------------	-----

RIWAYAT HIDUP PENULIS .....	111
-----------------------------	-----

#### LAMPIRAN