

TUGAS AKHIR

**ANALISIS FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN MELALUI *VALUE CHAIN* DALAM MEMPEROLEH KEUNGGULAN BERSAING
PERUSAHAAN BATIK
(Studi Kasus: Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta)**



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Diajukan Oleh:
Okky Priyo Anggoro
D 600.110.044

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN MELALUI *VALUE CHAIN* DALAM MEMPEROLEH KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN BATIK

Tugas Akhir Ini Telah Diterima Dan Disyahkan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Menyelesaikan Studi Strata I (SI) Guna Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

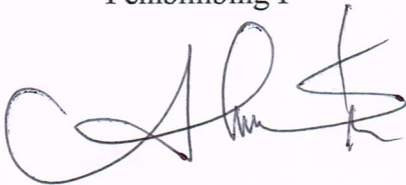
Pada hari/tanggal: *SKS 10 Mei 2016*.

Disusun oleh:

Nama : Okky Priyo Anggoro
NIM : D 600 110 044
Jurusan : Teknik Industri
Fakultas : Teknik

Mengesahkan:

Pembimbing I



(Ahmad Kholid Alghofari, ST., MT)

Pembimbing II



(Ida Nursanti, ST., M.Eng.Sc)

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul **ANALISIS FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN MELALUI *VALUE CHAIN* DALAM MEMPEROLEH KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN BATIK** telah diuji dan dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Tugas Akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari : Selasa

Tanggal : 10 Mei 2016.

Menyetujui:

Tim Penguji:

1. Ahmad Kholid Alghofari, ST., MT

Pembimbing I

2. Ida Nursanti, ST., M.Eng.Sc

Pembimbing II

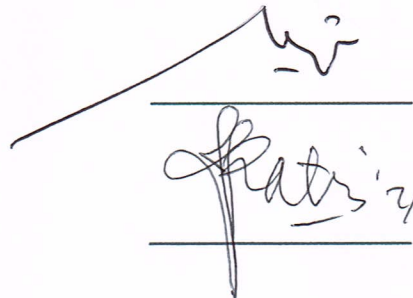
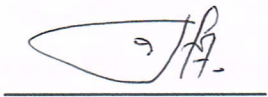
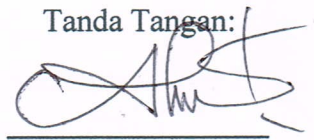
3. Dr. Suranto, MM

Penguji

4. Indah Pratiwi, ST., MT

Penguji

Tanda Tangan:



Mengetahui

Dekan Fakultas Teknik


(Dr. Sri Sunarjono, MT., Ph.D)

Ketua Jurusan Teknik Industri


(Hafidh Munawir, ST., M.Eng)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat pendapat atau karya yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, April 2016



Okky Priyo Anggoro

MOTTO

“Masa depan adalah milik mereka yang percaya akan indahnya sebuah impian dan tindakan.”
(swastika Auditya)

"Kemenangan yang seindah-indahnya dan sesukar-sukarnya yang boleh direbut oleh manusia ialah menundukan diri sendiri."
(Ibu Kartini)

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang sudah memberikan jalan untuk setiap langkah hidup saya.
2. Bapak dan Ibu saya yang selalu memberikan dukungan, do'a dan semangat dalam hidup saya.
3. Kakak dan adik yang selalu memberikan semangat dan dukungan saya.
4. Keluarga besar saya yang memberikan pengalaman hidup dan semangat.
5. Teman saya Ani, Denawan, Topik, Agung, Feri, Faizal, Eko, yang memberikan semangat dan dukungan.
6. Teman-teman TI 2011.
7. Pembaca yang budiman.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah penulis panjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN MELALUI VALUE CHAIN DALAM MEMPEROLEH KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN BATIK”**. Tugas Akhir ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan Strata I (SI) Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyelesaian Tugas Akhir ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi kesehatan dan kelancaran dalam proses penelitian ini.
2. Bapak Ir. Sri Sunarjono, MT., Ph.D selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Hafidh Munawir, ST., M.Eng. selaku ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Ahmad Kholid Alghofari, ST., MT. dan Ibu Ida Nursanti, ST., M.Eng.Sc selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan

bimbingan, masukan dan arahan kepada penulis demi kemajuan Tugas Akhir penulis.

5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu kepada penulis selama masa kuliah.
6. Bapak, Ibu dan Adik tercinta yang telah memberikan motivasi sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir.
7. Terima kasih untuk teman-teman TI angkatan 2011.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterimakasih apabila pembaca memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri. Akhir kata, penulis harapkan laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Amin.

Wassalamu'allaikum Wr. Wb.

Surakarta, 18 April 2016



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitiann.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4

BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Kota Surakarta	6
2.1.1 Profil Wilayah.....	6
2.1.2 Laweyan.....	7
2.2 Teori Industri Kreatif	7
2.3 Kategori Industri Kreatif.....	8
2.4 Industri Kreatif Mode/Fesyen	13
2.4.1 Definisi dan Ruang Lingkup.....	13
2.5 <i>Value Chain</i>	14
2.6 Persaingan Dalam Mencapai Kepuasan Konsumen	17
2.6.1 Kepuasan Konsumen	17
2.6.2 Nilai dan Kepuasan Konsumen	18
2.7 Identifikasi Value Chain Untuk Memperoleh Keunggulan Bersaing	
Perusahaan Batik Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen.....	19
2.7.1 <i>Primary Activities</i>	19
2.7.2 <i>Support Activities</i>	22
2.8 Tinjauan Pustaka.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Obyek Penelitian.....	27
3.2 Jenis Data	27
1. Data Primer	27
2. Data Sekunder.....	27
3.3 Prosedur Penelitian	28

1. Studi Pendahuluan	28
2. Rumusan Masalah.....	28
3. Batasan Masalah	29
4. Tujuan Penelitian	29
5. Studi Pustaka.....	29
6. Studi Lapangan	30
7. Penyusunan Kuesioner.....	30
8. Pengumpulan Data	30
9. Pengolahan Data	31
3.4 Variabel Penelitian.....	32
3.5 Instrumen Penelitian	32
3.6 Kesimpulan	36
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	37
3.8 Hipotesis	38
3.9 Struktur Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Profil Umum Industri Batik Kelurahan Sondakan.....	40
4.2 Pengumpulan Data	41
4.2.1 Gambaran Umum Responden.....	43
4.2.2 Pemetaan Responden	44
4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
4.2.4 Analisis Deskriptif	48
4.2.5 Analisis Normalitas.....	50

4.2.6 Analisis <i>Bivariate Correlation</i>	51
4.2.7 Analisis Faktor	54
4.3 Pembahasan.....	57
4.3.1 <i>Marketing and Sales</i>	57
4.3.2 <i>Tecnology Development</i>	58
4.3.3 <i>Procurement</i>	58
4.4 Pembuktian Hipotesis	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1Tabel Luas Wilayah Kota Surakarta	7
Tabel 3.1 Tabel Penggunaan statistik parametris dan non parametris untuk menguji Hipotesis	33
Tabel 4.1 Tabel Variabel penelitian pengumpulan data	42
Tabel 4.2 Tabel Data Responden Industri Batik di Kelurahan Sondakan.....	43
Tabel 4.3 Tabel Kelompok Pendidikan Responden	44
Tabel 4.4 Tabel Tingkat Jabatan Responden	45
Tabel 4.5 Tabel Tingkat Pengalaman Kerja Responden.....	46
Tabel 4.6 Tabel Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
Tabel 4.7 Tabel Hasil Deskriptif Variabel Y	48
Tabel 4.8 TabelOutput Analisis Deskriptif	49
Tabel 4.9 Tabel Hasil Deskriptif Variabel X	50
Tabel 4.10 Tabel Analisis Normalitas.....	50
Tabel 4.11 Tabel Hasil Output Analisis <i>Bivariate Correlation</i>	51
Tabel 4.12 Tabel Analisis <i>Bivariat Correlation</i>	52
Tabel 4.13 Tabel Posisi Hasil Korelasi Hubungan	53
Tabel 4.14 Tabel Korelasi pada Industri Batik Sondakan.....	54
Tabel 4.15Tabel Analisis Faktor	54
Tabel 4.16Tabel KMO and Bartlett's Test Indikator Marketing and Sales	55

Tabel 4.17	Tabel <i>Total Variance ExplainedMarketing and Sales</i>	55
Tabel 4.18	Tabel <i>Component Matrix Operation</i>	56
Tabel 4.19	Tabel <i>KMO and Bartlett's Test Indikator Technology</i>	56
Tabel 4.20	Tabel <i>Total Variance Explained Technology Development</i>	56
Tabel 4.21	Tabel <i>Component Matrix Technology Development</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Gambar Proses Pembuatan Batik Cap.....	39
Gambar 4.2 Gambar Hasil Produksi Batik <i>Printing</i>	40
Gambar 4.3 Gambar Grafik responden berdasarkan tingkat pendidikan	44
Gambar 4.4 Gambar Grafik Tingkat Jabatan Responden	45
Gambar 4.5 Gambar Grafik Tingkat Pengalaman Kerja Responden.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Data Responden

LAMPIRAN 2 Petunjuk Pengisian Kuesioner

LAMPIRAN 3 Kuesioner *Value chain*

LAMPIRAN 4 Profil IKM kelurahan Sondakan

LAMPIRAN 5 Foto Dokumentasi/ Observasi

LAMPIRAN 6 Surat Perijinan Dari BAPPEDA

LAMPIRAN 7 Output Uji Validitas dan Reliabilitas

ABSTRAK

Industri kreatif memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perekonomian di Indonesia. Menciptakan iklim bisnis yang membaik, sebagai pusat penciptaan inovasi dan kreativitas yang berdampak sosial positif, dan memperkuat identitas bangsa. *Value chain* adalah suatu cara dimana perusahaan dapat mencapai keuntungan mengevaluasi dan memanfaatkan dalam setiap kegiatan untuk hasil yang terbaik.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi dan mendukung *value chain* di Industri Batik Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Mendeskripsikan urutan atau posisi faktor (aktivitas) *value chain* agar dapat memperoleh keunggulan bersaing perusahaan batik dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner, wawancara serta melakukan dokumentasi pada industri batik yang ada di kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan kota Surakarta. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Analisis Normalitas (*Kolmogroff Smirnov* atau *Man Whitney*) dan Analisis Hubungan (*Spearman Rank Correlation*).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Industri Batik Kelurahan Sondakan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta didapatkan 6 variabel di setiap indikator *Marketing and sales*, *tecnology development* dan *procurement* yang dapat mendukung faktor atau aktivitas *value chain* yang berpengaruh dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan batik dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Industri Kreatif, Sondakan, Value Chain, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Creative industries have a significant economic contribution to the economy in Indonesia. Creating a better business climate, as the center of innovation and creativity that the creation of a positive social impact, and strengthen national identity. Value chain is a way in which companies can achieve profitability evaluate and exploit in any activity for best results.

The purpose of this study is to identify the factors that affect and support the value chain in Batik Industry Sub Sondakan Laweyan District of Surakarta in improving customer satisfaction. Describing the order or position factor (activity) value chain in order to gain a competitive advantage batik company in increasing customer satisfaction.

The data collection was done by distributing questionnaires, interviews and doing the documentation on the batik industry in village districts Sondakan Laweyan Surakarta. Data analysis was performed using analysis Normality (Kolmogroff Smirnov or Man Whitney) and relationship analysis (Spearman Rank Correlation).

Based on research conducted in Batik Industry Sub Sondakan Laweyan District of Surakarta showed 6 variables in each indikator Marketing and sales, tecnology development and procurement that can support value chain factors or activities are influential in increasing the competitive advantage of batik company in increasing customer satisfaction.

Keywords: Creative Industries, Sondakan, Value Chain, Customer Satisfaction