

# Kreasi Pengetahuan dan Inovasi pada Industri Kreatif Batik di Empat Daerah Industri Batik di Jawa

HM Ismail

Fakultas Ilmu Ushuludin Program Studi Ilmu Politik Islam  
IAIN Sunan Ampel Surabaya

*Abstract: Knowledge creation is very important engine of innovation and competitive advantage. But regardless of its importance, not many study has been done in this field. This study conducted in batik companies located in four area in Java to reveal why these companies survival. Aside from that, the process of knowledge creation in these companies will become an important for building of knowledge management theory and practices in the companies.*

*Keywords: Knowledge creation, batik companies*

Penciptaan pengetahuan perusahaan (*organizational knowledge creation*) menurut Christine W Soo, Devinney dan Medgley (1999:1) memiliki arti yang sangat strategis bagi perusahaan, terutama sekali bila itu dikaitkan dengan inovasi. Seperti dikatakan Ron Sanchez dan Aime Heene (2004:83) karena pengetahuan menjadi landasan bagi setiap tindakan yang akan dilakukan perusahaan. Argumen itu diperkuat Moacir de Miranda Oliviera Junior (2004:17) yang menyatakan, pengetahuan adalah sumberdaya yang sangat berguna bagi perusahaan dan karena itu harus dapat dikelola agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Arti strategis pengetahuan ini menurut Winter (2001:1) juga dapat dilihat dari semakin luasnya pengakuan para akademisi, bahkan Quinn (dalam Soo, 1999), Nonaka dan Takeuchi (1995:3) secara tegas menyatakan pengetahuan merupakan sumber bagi keunggulan bersaing perusahaan.

Pentingnya pengetahuan juga dapat dilihat dari semakin canggihnya perkembangan barang dan jasa, baik sebagai suatu komoditas atau *output* perusahaan. Menurut Soo, Devinney dan Medgley (2001:2) ketika suatu barang dan jasa baik proses ataupun

kandungannya mengalami perkembangan yang semakin canggih, maka landasan bersaing perusahaan itu pun ikut mengalami pergeseran pula, dan persaingan lebih menekankan pada pengembangan pengetahuan yang sangat berharga dan sulit ditiru, untuk menghasilkan keunggulan bersaing secara berkelanjutan.

Pergeseran basis bersaing itu menurut Marquardt dan Reynolds (1988:11) berdampak pada perubahan proses produksi barang dan jasa; dari era *manufacturing* menuju era *mentofacturing*. Gejalanya bisa dilihat dari semakin banyaknya produk barang dan jasa yang dihasilkan oleh pikiran (*mento*) dari pada oleh tangan (*mamu*) manusia. Dalam kondisi demikian menurut Thomas Clarke dan Steward Clegg (1998:2-3) kreativitas, intelegensia, dan ide-ide menjadi kecakapan yang utama bagi kelangsungan hidup dan keberhasilan bersaing perusahaan dan pergeseran itu seiring dengan datangnya era ekonomi informasi berbasis pengetahuan (*the knowledge-based information economy*).

Sejalan dengan itu menurut Lester Thurow (1999) pergeseran tersebut juga dapat dilihat dari pergeseran basis ekonominya yakni dari ekonomi berbasis industri menjadi ekonomi berbasis pengetahuan. Pemicu pertumbuhan ekonomi karena itu bergeser pula dari ekonomi berbasis ketersediaan bahan baku sebagai input (*input-driven growth*) berubah

---

## Alamat Korespondensi:

HM Ismail, Fakultas Ilmu Ushuludin Program Studi Ilmu Politik Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya. HP. 0813344558000

menjadi inovasi (*innovation-driven growth*) sebagai pemicunya. Tanda-tanda lainnya adalah, apabila pada masa lalu pertumbuhan ekonomi ditandai dengan kelangkaan sumberdaya, maka sekarang pertumbuhan ekonomi justru dibarengi dengan melimpahnya sumberdaya, yakni pengetahuan.

Implikasinya menurut Alvin Toffler (2003) itu adalah pertanda manusia sedang berada pada titik paling perkasa yang ditandai adanya bentuk produksi ekonomi yang lebih canggih dan lebih bergantung pada kepandaian akal manusia, bukan pada otot belaka. Dengan demikian apabila masa lalu industri cenderung membuat produk secara besar-besaran (*mass production*) maka sekarang yang terjadinya sebaliknya yaitu terjadi proses *demasifikasi* produksi dimana produk lebih banyak dibuat secara spesifik dan disesuaikan dengan kebutuhan lokal. Dari sisi persaingan pun menurut Gary Hamel dan C.K. Prahalad (1985:36) pergeser juga terjadi secara signifikan, dari yang terfokus pada perebutan bagian pasar (*market share*) berubah menjadi perebutan bagian peluang (*opportunity share*) di masa depan.

Sementara itu menurut Nonaka dan Takeuchi (2002:437) sejarah teori organisasi sendiri, paradigmanya masih melihat organisasi sebagai "mesin pemroses informasi" atau "pemecah permasalahan". Tugas utama organisasi di sini hanyalah sebagai pengelola informasi yang efisien bagi kepentingan pengambilan keputusan. Padahal, seharusnya perusahaan dapat menciptakan informasi dan pengetahuan, sebab pengetahuan merupakan kunci inovasi dan keunggulan bersaing perusahaan. Keberhasilan banyak perusahaan Jepang di kanech dunia misalnya bukan karena kecakapannya dalam *manufacturing*, aksesnya terhadap modal murah, pengutamaan hubungan senioritas, atau pun kuatnya lobi terhadap pemerintah, akan tetapi karena kemampuannya dalam menciptakan pengetahuan.

Sayangnya seperti dikatakan Soo, Devinney, dan Midgley (1999), Nonaka dan Takeuchi (2002) kurangnya studi empirik tentang penciptaan pengetahuan telah mengakibatkan kurangnya pemahaman tentang fenomena yang sangat penting bagi perusahaan tersebut. Penyebab utamanya karena belum banyaknya teori yang dikembangkan terkait penciptaan pengetahuan tersebut. Berdasarkan alasan itulah maka penelitian tentang proses penciptaan

pengetahuan pada perusahaan-perusahaan batik di empat daerah industri batik di Jawa ini dilakukan.

Batik merupakan kerajinan dan sekaligus usaha yang turun-temurun dilakukan masyarakat Indonesia. Di tengah persaingan yang keras dengan produk tekstil lokal bahkan asing, batik dan usaha batik mampu terus bertahan bahkan menghasilkan produk-produk baru yang inovatif. Industri dan usaha batik yang dikhawatirkan akan kalah dan hancur akibat persaingan di era globalisasi ini ternyata sampai kini tidak terbukti. Kreativitas para pelaku usaha batik ini juga telah menghasilkan berbagai produk batik khas setempat (lokal) yang kualitas dan skala usahanya semakin baik dari waktu ke waktu.

Berdasarkan kondisi tersebut maka permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah "mengapa perusahaan-perusahaan batik mampu bertahan dan bahkan terus berkembang semakin kreatif dan inovatif dalam persaingan yang semakin keras tersebut serta bagaimana proses penciptaan pengetahuan di perusahaan-perusahaan batik di empat daerah industri batik di Jawa ini?" Penelitian ini berupaya mengungkap proses penciptaan pengetahuan pada perusahaan batik di empat daerah industri batik di Jawa dengan melakukan konfirmasi teori penciptaan pengetahuan sebagai berikut: (i) Menjelaskan hubungan antar-variabel dalam penciptaan pengetahuan; (ii) Membandingkan penciptaan pengetahuan di empat daerah industri batik di Jawa tersebut; (iii) Membandingkan penciptaan pengetahuan pada perusahaan-perusahaan batik di wilayah Jawa bagian utara (Pekalongan dan Cirebon) dan perusahaan batik di Jawa bagian selatan (Solo dan Yogyakarta).

Ikujiro Nonaka dan Hirotaka Takeuchi (1995:58) membedakan antara data, informasi dan pengetahuan meskipun ketiganya kerap digunakan secara bergantian. Perbedaan yang nyata adalah bahwa pengetahuan merupakan keyakinan (*beliefs*) dan komitmen serta merupakan fungsi dari suatu sikap tertentu, perspektif atau maksud tertentu. Pengetahuan merupakan tindakan dan konteksnya spesifik serta saling terkait.

Pengetahuan lebih lanjut dikatakan merupakan "justifikasi terhadap kebenaran yang sejati" (*justified true belief*). Pengetahuan dengan demikian merupakan proses manusiawi yang berlangsung secara dinamis menyangkut pembenaran terhadap keyakinan

pribadi atas sesuatu yang diyakini benar adanya. Menurut Burton-Jones (1999) pengetahuan merupakan informasi yang tersimpan secara kumulatif dan keframpilan-ketrampilan yang diturunkan dari penggunaan informasi oleh penerimanya.

Berdasarkan sifatnya, pengetahuan dapat dibedakan menjadi dua yakni pengetahuan yang tak berwujud karena tersimpan di kepala manusia (*tacit knowledge*) sehingga sulit untuk dipertukarkan. Pengetahuan *tacit* ini mencakup keyakinan, cita, intuisi, mental model, dan keahlian teknis, seperti keahlian seorang pengrajin. Sedangkan yang lain adalah pengetahuan eksplisit (*explicit knowledge*), pengetahuan yang sudah dikodifikasi dan berbentuk dokumen-dokumen yang dapat dengan mudah dipertukarkan satu dengan lainnya.

Selanjutnya, Nonaka dan Takeuchi (1995) menjelaskan, pengetahuan diciptakan melalui empat cara yang disebut sebagai konversi pengetahuan, yakni melalui: (i) Sosialisasi, atau penyebaran/penalaran pengetahuan yang masih dalam kepala (ii) eksternalisasi yakni penterjemahan pengetahuan atau gagasan yang masih dalam kepala tersebut ke dalam konsep atau desain atau juga motif dan gambar, (iii) kombinasi yakni menggabungkan pengetahuan dua atau lebih pengetahuan eksplisit, seperti antara desain dengan desain atau motif dengan motif (iv) internalisasi atau pemahaman kembali terhadap pengetahuan baru yang telah terbentuk melalui proses kognisi.

Organisasi memiliki peran yang penting dalam proses penciptaan pengetahuan ini yakni menyediakan konteks yang tepat bagi terciptanya pengetahuan. Ini dapat berupa fasilitas yang diberikan terhadap individu-individu kreatif dalam perusahaan agar bersedia dan dapat menyebarkan pengetahuannya sehingga menjadi pengetahuan perusahaan. Kondisi kondusif yang dimaksud adalah suatu lingkungan dan budaya yang meliputi: (i) kejelasan maksud atau tujuan organisasi, (ii) otonomi anggota organisasi, (iii) fluktuasi dan "kekacauan kreatif"; (iv) adanya proses pengulangan-pengulangan sehingga terinternalisasi (v) adanya keragaman dan tidak monoton.

Model konversi pengetahuan menurut Nonaka dan Takeuchi tersebut dapat digambarkan sebagaimana Gambar 1.



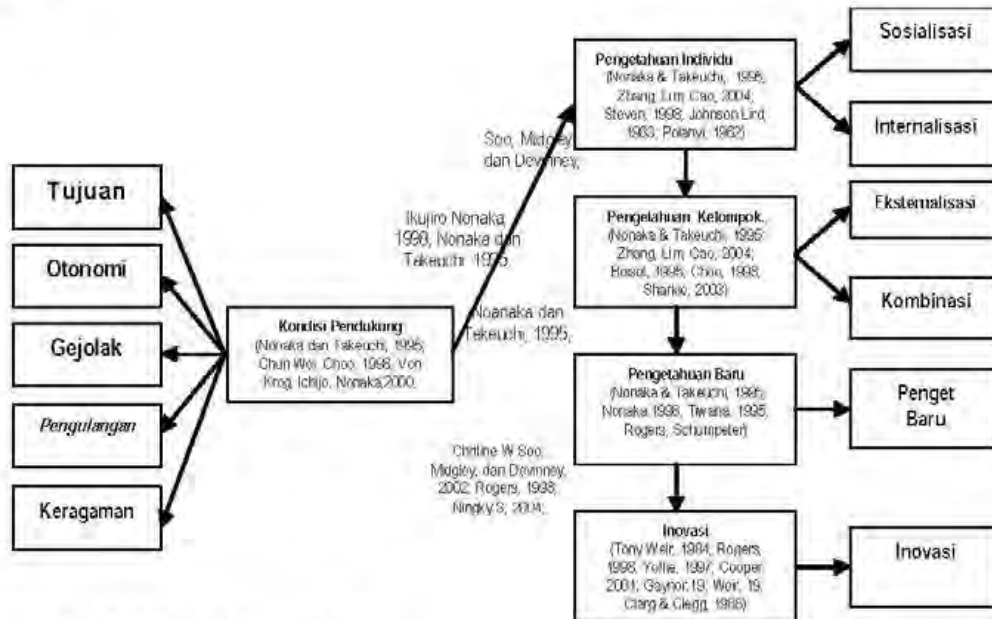
Gambar-1. Model konversi pengetahuan menurut Nonaka dan Takeuchi (1995)

Berdasarkan penjelasan secara ringkas teori yang digunakan maka kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagaimana Gambar 2.

Berdasarkan gambar model konseptual tersebut penelitian ini menguji model penciptaan pengetahuan perusahaan melalui fungsi-fungsi variabel-variabel yang terdiri dari (i) kondisi pendukung, (ii) pengetahuan *tacit* atau individu (mencakup: sosialisasi dan internalisasi), (iii) pengetahuan eksplisit atau pengetahuan kelompok (mencakup: eksternalisasi dan kombinasi); (iv) pengetahuan baru, dan (v) inovasi.

Hubungan struktural yang diuji pada penelitian ini diasumsikan bahwa, penciptaan pengetahuan merupakan suatu proses di mana pengetahuan *tacit* yang ada dipertukarkan anggota perusahaan dikonversi menjadi pengetahuan eksplisit. Selanjutnya pengetahuan eksplisit disebarluaskan dan dikombinasikan dengan pengetahuan eksplisit lainnya sehingga menghasilkan pengetahuan Baru. Pengetahuan baru diimplementasikan ke dalam produk dan sistem untuk menghasilkan inovasi.

Proses penciptaan pengetahuan tersebut akan berlangsung secara baik apabila didukung kondisi yang



Gambar 2. Kerangka konseptual

dapat memungkinkan (*enabling condition*) yakni kondisi yang ada dalam perusahaan sehingga proses konversi dan penyebaran pengetahuan *tacit* dapat berjalan secara lancar.

**METODE**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yakni dengan melakukan uji hipotesis yang diajukan terkait proses penciptaan pengetahuan dengan menggunakan teknik analisis banyak variabel (*multivariate*) termasuk pengembangannya yakni model persamaan structural, seperti dijelaskan Hair (1998:622). Adapun untuk menganalisa data digunakan statistik model persamaan struktural (*Struktural Equation Modelling-SEM*) dengan menggunakan alat bantu *software LISREL* 8.50.

Alasan pemilihan industri batik karena: (i) Industri batik memiliki akar budaya dalam masyarakat Indonesia dan berpotensi dikembangkan sebagai salah satu produk ekspor Indonesia; (ii) Penelitian Bank Indonesia menunjukkan industri batik layak dan relatif aman dibiayai perbankan (2002); (iii) Produk batik tergolong inovatif terutama dari aspek motif, pewarnaan, serta media yang dijadikan bahan dasarnya.

Lokasi penelitian di industri batik Cirebon, Pekalongan, Yogyakarta dan Solo. Keempatnya dipilih

karena selain memiliki karakteristik yang khas, produk batik di empat daerah tersebut juga dapat dikategorikan menjadi dua kelompok yang mewakili karakter utama corak batik di Indonesia, yakni "batik pesisiran" yakni Cirebon dan Pekalongan dan "batik keraton" yang diwakili Yogyakarta dan Solo.

Waktu penelitian sepanjang tahun 2004-2005 baik untuk pengambilan data primer maupun data sekunder. Proses tabulasi data, pembuatan model sampai uji model dan interpretasi terhadap data hasil penelitian dilakukan sejak Agustus 2004 sampai dengan akhir 2005.

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan batik skala menengah dan besar menggunakan kategori Badan Pusat Statistik 2003. Mereka tersebar di empat daerah industri batik Cirebon, Pekalongan, Yogyakarta, dan Solo. Jumlah populasi seluruh daerah sebanyak 220 perusahaan dengan sebaran Cirebon 31 perusahaan, Pekalongan terdapat 105 perusahaan, Yogyakarta 32 perusahaan, dan Solo 52 perusahaan.

Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik probability sampling khususnya *proportioned stratified random sampling* dan dihitung menggunakan *software statistik SCALC* dengan *sampling error* 0,107 dan tingkat kepercayaan 95% dengan asumsi variansi relatif homogen dan proporsi yang seimbang untuk setiap strata, sehingga diperoleh jumlah sampel 171 perusahaan. Untuk sampel pada *stratum* masing-

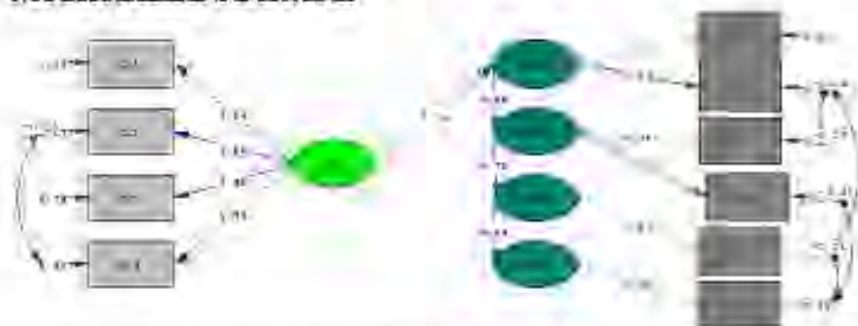
masing daerah dengan demikian: Cirebon 24 perusahaan, Pekalongan sebanyak 82 perusahaan, Yogyakarta 25 perusahaan dan Solo sebanyak 40 perusahaan. Responden satu orang untuk masing-masing perusahaan yakni meraka yang benar-benar memahami operasional perusahaannya.

Teknik pengambilan data dilakukan dengan metode angket atau daftar pertanyaan dengan jawaban tertutup dan unit analisis yang digunakan pada tingkat perusahaan.

Adapun hipotesis penelitian dalam penelitian ini adalah: (i) Variabel laten eksogenous kondisi pendukung penciptaan pengetahuan (*enabling condition*) berhubungan secara nyata dengan variable Laten pengetahuan *tacit* (ii) Variabel laten endogenous pengetahuan *tacit* berhubungan secara nyata dengan variabel laten endogenous pengetahuan eksplisit (iii) Variabel laten endogenous pengetahuan eksplisit berhubungan secara nyata dengan variable laten endogenous pengetahuan baru (iv) Variabel laten endogenous pengetahuan baru berhubungan nyata dengan variable laten endogenous inovasi; (v) Proses penciptaan pengetahuan pada perusahaan-perusahaan batik di empat daerah industri batik di empat daerah berbeda secara nyata; (vi) Proses penciptaan pengetahuan pada perusahaan-perusahaan batik corak pesisiran dan batik corak keraton berbeda secara nyata.

## HASIL

### Model Analisis Struktural



Gambar 3. Gambar Inefisien jalur model ke-4 (model akhir)

Keterangan:

$\xi_1$  : variable eksogen Condition

$\eta_1$  : variable endogen Pengetahuan Individu

$\eta_2$  : variable endogen Pengetahuan Eksplisit (organisasi)

$\eta_3$  : variable endogen Pengetahuan Baru

$\eta_4$  : variable endogen Inovasi

$\zeta$  : error persamaan variable eksogendengan endogen

### Analisis Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh di empat daerah penelitian dan setelah diolah kemudian dapat diketahui bahwa terjadi proses penciptaan pengetahuan di perusahaan-perusahaan batik skala menengah dan besar di empat daerah penelitian sehingga hal ini menjelaskan mengapa perusahaan-perusahaan batik sebagaimana dikatakan Nonaka dan Takeuchi mampu bertahan dalam menghadapi ketatnya persaingan dengan perusahaan lain dan bahkan dengan produk-produk lain yang berasal dari mancanegara.

Adanya proses penciptaan pengetahuan tersebut dapat dilihat dengan adanya proses konversi yang melibatkan hubungan berbagai variabel yang ada dalam proses penciptaan pengetahuan sebagaimana dihipotesiskan dalam bagian awal penelitian ini. Hubungan antar variabel yang juga menunjukkan adanya proses konversi pengetahuan tersebut adalah sebagai berikut:

*Pertama*, terdapat hubungan nyata antara variabel kondisi pendukung yang disediakan perusahaan (KSAI) dengan variabel konversi pengetahuan tak berujud (ETA1) sebagaimana ditunjukkan dengan besarnya  $t (=3.7)$  meskipun nilai loadingnya tidak terlalu besar ( $=0.71$ ) dibanding hubungan variabel lainnya dalam model. Dari model struktural yang digunakan tersebut, nilai ini sekaligus juga menjadi

yang terkecil dari keseluruhan nilai yang ada dalam hubungan model yang dibangun.

*Kedua*, terdapat hubungan antara variabel pengetahuan tak-berjud dengan pengetahuan eksplisit (ETA2) sebagaimana ditunjukkan dengan besarnya  $t$  ( $=11.01$ ) dan nilai *loading* yang terbesar ( $=0.96$ ). Besarnya nilai *loading* pada tahap eksternalisasi ini sekaligus menunjukkan tahapan ini merupakan yang paling krusial dari keseluruhan proses penciptaan pengetahuan. Tahapan ini juga dapat dikatakan sebagai kunci dalam proses penciptaan pengetahuan, karena pada tahap ini konversi pengetahuan tak-berjud menjadi pengetahuan yang eksplisit dilakukan. Proses ini meliputi kegiatan antara lain sosialisasi, berbagi informasi, berbagi pengalaman, berdiskusi, observasi, pengamatan.

*Ketiga*, terdapat hubungan yang nyata antara variabel pengetahuan eksplisit dengan variabel pengetahuan baru di mana  $t$  ( $=10.19$ ) dan nilai *loading* sebesar ( $=0.72$ ) atau lebih besar dari nilai yang diperoleh dari hubungan antara kondisi pendukung dengan pengetahuan tak berjud. Penurunan nilai pada tahapan ini diperkirakan karena sejalan dengan terjadinya proses seleksi terhadap pengetahuan dalam penciptaan pengetahuan.

*Keempat*, terdapat hubungan yang nyata antara variabel pengetahuan baru dengan inovasi dimana nilai  $t$  mencapai ( $=7.50$ ) dan nilai *loading* mencapai ( $=0.83$ ). Ini berarti bahwa setelah melalui tahapan sebelumnya maka proses penciptaan pengetahuan kembali memasuki proses yang penting terutama dalam rangka inovasi. Inovasi ini sangat penting bagi perusahaan batik dalam mempertahankan dirinya agar tetap survive ketika dihadapkan pada kerasnya persaingan yang sedang berlangsung.

Hasil penelitian ini sekaligus mengkonfirmasi hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan para ahli lain tentang pentingnya penciptaan pengetahuan bagi perusahaan seperti yang dilakukan Nonaka dan Takeuchi maupun Christine W Soo.

## PEMBAHASAN

### Perbandingan di empat daerah

*Kelima*, Selanjutnya untuk mengetahui perbedaan karakteristik variabel dan indikator proses

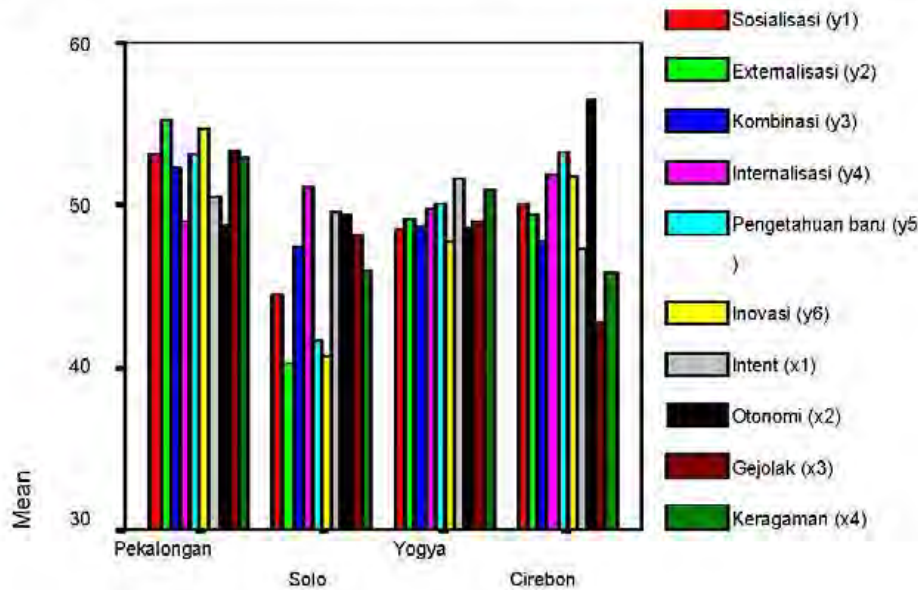
penciptaan pengetahuan di empat daerah yakni Cirebon, Pekalongan, Yogyakarta, dan Solo penelitian ini menggunakan uji beda atau perbandingan baik parametrik maupun nonparametrik. Mengingat keseluruhan indikator-indikator yang diuji dalam model penelitian ini tidak berdistribusi secara normal ( $\text{sig} < 0,05$ ) sehingga tidak dapat dilakukan uji parametrik.

Selanjutnya uji non-parametrik dilakukan dengan menggunakan alat uji *Kruskal Wallis*. Hasil uji ini menunjukkan hampir semua indikator memiliki beda signifikan antar daerah industri batik kecuali indikator-indikator internalisasi dan tujuan. Selanjutnya uji tersebut kemudian dilanjutkan dengan uji berganda *Dunnet* terhadap indikator-indikator yang berbeda secara signifikan. Uji *Dunnet* ini kemudian menghasilkan keluaran menarik, di mana tidak terdapat kesamaan dalam proses penciptaan pengetahuan secara keseluruhan antar-daerah.

Sebaliknya temuan yang unik dari penelitian ini adalah Yogyakarta dan Cirebon, meskipun keduanya berasal dari klasifikasi motif batik yang berbeda di mana Cirebon diklasifikasikan sebagai daerah industri yang mewakili motif batik pesisiran dan Yogyakarta yang mewakili motif batik keraton, ternyata antara kedua daerah tersebut tidak menunjukkan perbedaan secara nyata.

Hasil standarisasi dari perbandingan penciptaan pengetahuan *tacit* ke eksplisit di empat daerah yang paling menonjol dan paling lemah di masing-masing daerah ternyata berbeda-beda. (i) Untuk Pekalongan tahapan konversi pengetahuan paling dominan adalah eksternalisasi dan paling lemah internalisasi; (ii) Untuk daerah Solo yang paling dominan adalah variable Internalisasi dan yang paling lemah eksternalisasi; (iii) daerah Yogyakarta, yang paling menonjol adalah variabel Internalisasi dan yang paling lemah sosialisasi; (iv) daerah Cirebon yang paling menonjol variabel Internalisasi dan yang paling lemah variabel kombinasi.

Sementara bila dikaitkan dengan penilaian hasil dari analisis proses penciptaan pengetahuan di empat daerah ini maka dapat dilihat urutannya mulai yang paling tinggi adalah daerah industri batik Pekalongan, kemudian disusul Cirebon, selanjutnya adalah Yogyakarta, dan terakhir adalah Solo.



X001

Gambar 3. Grafik batang perbandingan empat daerah industri batik

### Perbedaan dua kelompok (batik pesisiran dan keraton)

*Keenam*, berdasarkan perbedaan kedua wilayah motif batik tersebut (pesisiran dan keraton) maka proses penciptaan pengetahuan perusahaan di kedua daerah tersebut diuji tiap indikatornya dengan pengujian Man Withney. Hasil pengujian Mann Whitney untuk uji beda dua kelompok daerah terdapat beda nyata pada taraf 0,05 ditunjukkan dalam hal proses penciptaan pengetahuan sebagaimana ditunjukkan dari nilai *Asymp. Sig.*, yang lebih kecil dari 0,05.

Hasil pengujian dengan menggunakan Mann Whitney untuk uji beda dua kelompok daerah tersebut menunjukkan bahwa terdapat beda nyata pada taraf (=0,05) pada indikator-indikator Sosialisasi (Y1), Eksternalisasi (Y2), Kombinasi (Y3), Internalisasi (Y4), Pengetahuan Baru (Y5) dan Inovasi (Y6), dan yang terakhir adalah variabel Keragaman (X4). Sedangkan untuk indikator-indikator yang membentuk variabel laten Kondisi Pendukung, yaitu yang mencakup Tujuan (X1), Fluktuasi (X2), serta Keragaman (X4) tidak menunjukkan adanya beda yang signifikan.

Sedangkan untuk indikator-indikator yang membentuk variable laten Kondisi Pendukung, yakni Tujuan (X1), Fluktuasi (X2), serta Keragaman (X4) ternyata tidak menunjukkan beda secara signifikan antara kedua wilayah tersebut. Secara keseluruhan grafik

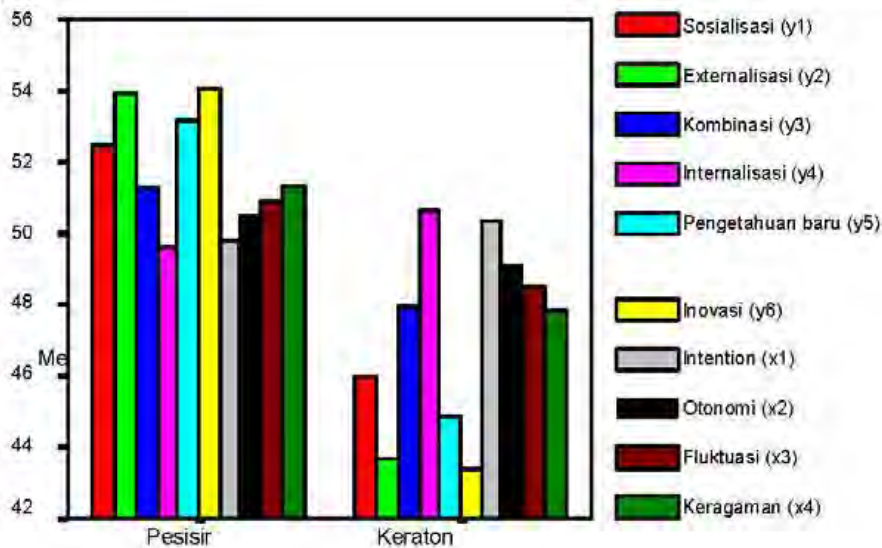
berikut menunjukkan karakteristik batik pesisir memiliki keunggulan dibanding dengan pedalaman khususnya dalam proses penciptaan pengetahuan. Hal itu sebagaimana dapat dilihat pada grafik berikut. Dengan demikian berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh juga menunjukkan bahwa proses penciptaan pengetahuan di daerah motif batik pesisiran lebih baik dibandingkan dengan proses penciptaan pengetahuan pada daerah penghasil batik motif keraton.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditarik simpulan dan juga diajukan rekomendasi sebagai berikut:

#### Kesimpulan

*Pertama*, terdapat proses penciptaan pengetahuan di empat daerah industri batik yang diteliti dan ini diperkirakan menjadi penyebab dari keberhasilan perusahaan-perusahaan batik di empat daerah ini untuk bertahan hidup dan bahkan mampu bersaing dengan produk sejenis dari mancanegara. Kedua, tidak terdapat kesamaan dalam proses penciptaan pengetahuan perusahaan di empat daerah industri batik. Akan tetapi yang unik adalah antara Yogyakarta dengan Cirebon, meskipun keduanya berasal dari



DAERAH

Gambar 4. Grafik batang perbandingan dua wilayah motif batik

karakter wilayah batik yang berbeda tapi keduanya tidak menunjukkan beda yang nyata. Ketiga, berturut-turut posisi penciptaan pengetahuan paling unggul yakni Pekalongan, menyusul dan Cirebon, kemudian Yogyakarta, dan terakhir adalah Solo dan ini sekaligus menjelaskan proses penciptaan pengetahuan di daerah batik motif pesisiran yakni Pekalongan dan Cirebon lebih baik dibandingkan dengan daerah batik motif keraton yakni Yogyakarta dan Solo.

### Saran

*Pertama*, penelitian ini adalah potret sesaat tentang proses penciptaan pengetahuan di perusahaan-perusahaan batik di empat daerah industri batik di Jawa dan gambaran ini dapat saja berubah bila terjadi perubahan lingkungan yang signifikan, karena itu diperlukan penelitian lebih mendalam lagi dengan metode yang berbeda dengan yang metode digunakan dalam studi ini. *Kedua*, penelitian ini adalah khas di daerah penghasil batik di empat daerah yang diteliti sehingga tidak sertamerta dapat digeneralisasi terhadap kasus-kasus di industri batik lainnya. *Ketiga*, penelitian demikian perlu terus-menerus dilakukan untuk mengetahui perkembangan dari waktu ke waktu dalam rangka masukan bagi pengambilan kebijakan baik bisnis maupun kebijakan publik.

### DAFTAR RUJUKAN

- Augusty, F. 2002. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: UNNDIP.
- Christine W. Soo, Timothy M. Devinney, dan David, F. Midgley. 1999. "The Process of Knowledge Creation in Organizations. *Research Brief (RB005)*. Center for Corporate Change. Australian Graduate School of Management. Australia: The University of New South Wales.
- \_\_\_\_\_. 2001. *The Process of Knowledge Creation in Organizations*, Australia: The University of New South Wales (February).
- Gary, H., dan C.K. Prahalad. 1995. *Kompetisi Masa Depan: Strategi-Strategi Terobosan untuk Merebut Kendali atas Industri Anda dan Menciptakan Pasar Masa Depan*. Alih bahasa Agus Maulana. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara.
- Hair, et al. 1998. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Hatch, M.J. 1994. *Organizational Theory: Modern, Symbolic, and Post Modern Perspectives*. New York: Oxford University.
- Ikujiro, N., dan Hirotaka, T. 1995. *The Knowledge Creating Company: How Japanese Companies Create The Dynamics of Innovation*. New York: Oxford University Press.
- \_\_\_\_\_. 2002. "Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation", dalam Chun Wei Choo dan Nick Bontis (eds). 2002. *The Strategic Management*



- of Intellectual Capital and Organizational Knowledge*. New York: Oxford: Oxford University Press.
- Lester, C.T. 1999. *Building Wealth: The New Rules for Individuals Companies and Nations in A Knowledge Based Economy*. New York: Harper Collins.
- Orlikowski, Orlikowski, W.J. 1988. "Information Technology in Post-Industrial Organizations. PhD. Diss", New York University. Dalam Chun Wei Choo. 1998. *Knowing Organization; how organization use informations to construct meaning, creative knowledge, and make decisions*. New York: Oxford University Press.
- Quinn, J.B. 2001. "Intellegent Enterprise: A Knowledge Service Based Paradigm for Industry". New York Free Press. dalam Christine W. Soo at.all. 2001. *The Process of Knowledge Creation in Organizations*, Australia: The University of New South Wales (February).
- Ron, S., dan Aime, H. 2004. *The New Strateegic Management: Organization, Competition, and Competence*. USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Sistem Informasi Pola Pembiayaan/Lending Model Usaha Kecil (SI-LJMUK). Bank Indonesia, Jakarta, 2002 atau <http://www.bi.go.id/sipuk/lm/ind/batik>.
- Toffler, A. dalam Konferensi *Unity in Diversity* di Bali awal Desember 2003 dalam *Pikiran Rakyat*, 14 Desember 2003. juga <http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/1203/14/06.htm>.
- Thomas, C., dan Steward, C. 1998. *Changing Paradigm: The Transformation of Mangement for 21th Century*. Harper Collins Business An Imprint of HarperCollins Publishers.
- Winter. 1997. "Knowledge and Competence as Strategic Assets", 1997, dalam Christine W. Soo et al. 2001. *The Process of Knowledge Creation in Organizations*, Australia: The University of New South Wales (February).