

Strategi Daya Saing Berbasis Kearifan Lokal. Studi UMKM Batik Belimbing Dewa Depok = Competitiveness Strategy Based on Local Wisdom. Study of Batik Belimbing MSMEs in Depok City

Nadira Ruri Kusuma Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920550267&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas bagaimana strategi daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), berbasis kearifan lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi daya saing berbasis kearifan lokal, studi pada UMKM kain batik belimbing dewa Depok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif Soft Systems Methodology (SSM). Pengambilan data dilakukan melalui wawancara mendalam pada tataran makro, meso, dan mikro. Terdapat tujuh tahapan analisis data, mulai dari pemetaan masalah melalui rich picture, penyusunan conceptual model melalui root definitions, perbandingan conceptual model dengan dunia nyata, hingga action plan. Permasalahan dalam UMKM Batik Depok adalah 1) kurangnya pengetahuan tentang pasar dalam hal daya saing, 2) Strategi pemasaran yang tidak efektif, 3) Sumber daya manusia yang terbatas dan akses ke sumber daya produktif, Saran yang dapat diberikan antara lain: pelatihan untuk pengrajin baru. Pemberdayaan Pengelola Desa Pengrajin secara optimal dan inovasi produk, memperkuat peranan koperasi dan asosiasi, penambahan pelatihan strategi digital untuk produk dengan segment terbatas di Depok.

.....This thesis discusses how the competitiveness strategy of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), based on local wisdom. This research aims to analyse the competitiveness strategy based on local wisdom, a study on the batik cloth SMEs of Depok god Belimbing. This research uses the Soft Systems Methodology (SSM) qualitative method. Data were collected through in-depth interviews at the macro, meso, and micro levels. There are seven stages of data analysis, starting from mapping problems through rich pictures, preparing conceptual models through root definitions, comparing conceptual models with the real world, to action plans. The problems in Batik Depok MSMEs are 1) lack of knowledge about the market in terms of competitiveness, 2) ineffective marketing strategies, 3) ineffective marketing strategies, and 4) ineffective marketing strategies. Ineffective marketing strategies, 3) Limited human resources and access to productive resources, Suggestions that can be given include: training for new craftsmen. Optimal empowerment of Artisans Village Management and product innovation, strengthening the role of cooperatives and associations, additional digital strategy training for limited segment products in Depok.