

ABSTRAK

Dinamika perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia berdampak pada pertumbuhan ekonomi nasional yang meningkat secara signifikan. Ekonomi kreatif erat kaitanya dengan industri kreatif dimana industri kreatif merupakan subsistem dari ekonomi kreatif. Industri kreatif merupakan penggerak penciptaan nilai ekonomi pada era ekonomi kreatif yang terdiri dari 15 subsektor. Saat ini, produk kerajinan merupakan salah satu produk unggulan dalam industri kreatif bagi UKM-UKM di daerah-daerah. Salah satu UKM penghasil berbagai kerajinan berbahan dasar akar wangi yang terletak di kota Garut adalah Kelompok Usaha Bersama (KUB) Zocha. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan *value net* Zocha dan memberikan rancangan strategi *coopetition* menggunakan *Player, Added Value, Rules, Tactics, Scope* (PARTS) sehingga dapat menciptakan *new value co-creation*. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang melibatkan UKM di kota Garut dalam periode waktu September hingga Desember 2014. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara kepada *player* yang memiliki kriteria sebagai informan mengenai proses bisnis Zocha. Dari hasil analisis didapatkan bahwa untuk mengimplementasikan *new value co-creation*, elemen yang mengalami perubahan dalam PARTS yaitu *Player, Added Value, Tactics* dan *Scope* sedangkan *Rules* tetap sama dengan kondisi *existing value co-creation*. Penelitian ini memberikan implikasi dalam meningkatkan peran Zocha sebagai *value co-creator* di kota Garut sekaligus menjadi acuan dalam menggabungkan UKM-UKM potensial agar dapat menciptakan nilai bisnis yang lebih besar dalam wujud kolaborasi, baik bagi kota Garut maupun kota lain.

Kata kunci : *Coopetition*, KUB Zocha, PARTS, UKM, *Value Co-creation*, *Value Net*