

**IMPLEMENTASI INOVASI PRODUK INDUSTRI KREATIF
DALAM MENINGKATKAN *COMPETITIVE ADVANTAGE* MELALUI
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
(STUDI KASUS PADA TENUN IKAT BANDOEL
DI KELURAHAN BANDAR KIDUL KOTA KEDIRI)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

RORO PRAHESTY
NPM 18.1.02.02.0234

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UNP KEDIRI

2021

Skripsi oleh :

RORO PRAHESTY
NPM : 18.1.02.02.0234

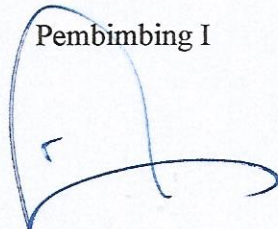
Judul :

**IMPLEMENTASI INOVASI PRODUK INDUSTRI KREATIF
DALAM MENINGKATKAN *COMPETITIVE ADVANTAGE* MELALUI
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
(STUDI KASUS PADA TENUN IKAT BANDOEL
DI KELURAHAN BANDAR KIDUL KOTA KEDIRI)**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/ Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI KEDIRI

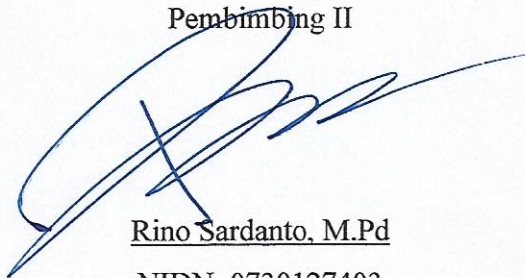
Tanggal : 03 Februari 2021

Pembimbing I



Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0710766601

Pembimbing II



Rino Sardanto, M.Pd
NIDN. 0730127403

Skripsi oleh :

RORO PRAHESTY
NPM : 18.1.02.02.0234

Judul :

**IMPLEMENTASI INOVASI PRODUK INDUSTRI KREATIF
DALAM MENINGKATKAN *COMPETITIVE ADVANTAGE* MELALUI
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
(STUDI KASUS PADA TENUN IKAT BANDOEL
DI KELURAHAN BANDAR KIDUL KOTA KEDIRI)**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Pada tanggal : 03 Februari 2021

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Subagyo, M.M
2. Penguji I : Gesty Ernestivita, M.M
3. Penguji II : Rino Sardanto, M.Pd



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Roro Prahesty
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/ Tanggal Lahir : Nganjuk, 01 April 1996
NPM : 18.1.02.02.0234
Fak/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 03 Februari 2021

Yang Menyatakan



RORO PRAHESTY

NPM: 18.1.02.02.0234

MOTTO

Sebuah tantangan akan selalu menjadi beban, jika itu hanya dipikirkan.

Sebuah cita-cita juga adalah beban, jika itu hanya angan-angan.

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya (Q.S. Al-Baqarah : 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.” (Q.S. Al- Insyirah : 5-6)

ABSTRAK

Roro Prahesty: Implementasi Inovasi Produk Industri Kreatif dalam Meningkatkan *Competitive Advantage* melalui Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) (Studi Kasus Pada Tenun Ikat Bandoel Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2021).

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa di Indonesia industri kreatif memiliki potensi besar untuk menompang ekonomi nasional, karena industri kreatif merupakan bagian atau subsistem dari ekonomi kreatif. Dapat diketahui bahwa di Kota Kediri banyak sekali perusahaan baru yang tumbuh dan bersaing ketat dengan perusahaan yang sudah lama berdiri. Salah satunya yaitu Tenun Ikat Bandoel.

Tenun Ikat Bandoel adalah ikon industri kreatif di Kota Kediri. Tenun Ikat Bandoel merupakan salah satu usaha yang diwariskan secara turun-menurun. *Business model canvas* berfungsi sebagai alat untuk membantu dalam pengambilan keputusan bisnis. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui implementasi inovasi produk industri kreatif dalam meningkatkan *competitive advantage* dan untuk mengetahui inovasi atau perubahan yang lebih baik untuk meningkatkan *competitive advantage* melalui pendekatan BMC. Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada sembilan blok model bisnis dari Tenun Ikat Bandoel.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Dilakukan dengan pengamatan langsung dan wawancara mendalam kepada informan. Selanjutnya wawancara dilakukan untuk mengetahui implementasi inovasi produk untuk meningkatkan *competitive advantage* Tenun Ikat Bandoel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tenun Ikat Bandoel sudah menerapkan implementasi produk industri kreatif untuk meningkatkan *competitive advantage* namun belum memiliki pendekatan model bisnis. Selain itu terdapat inovasi dan perubahan yang lebih baik untuk meningkatkan *competitive advantage* melalui pendekatan BMC. Inovasi dan perubahan tersebut berada pada blok *customer segment*, *customer relationship*, *key partner*, dan *channel*.

Kata kunci : *inovasi produk, industri kreatif, business model canvas (bmc)*

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir yang saya tempuh guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulusnya kepada:

1. **Allah SWT**, yang telah memberikan nikmat Islam, Iman, dan Ikhsan, kesehatan dan limpahan rahmad dan kasih sayang yang tak terhingga.
2. **Almarhum Ayah Kukuh Fachruroddi**, terimakasih atas limpahan kasih sayang semasa hidupnya dan memberikan rasa rindu yang berarti.
3. **Ibuku, Ibu Tri Marhaendrawati & Kakak ku Ajeng Pramesty dan Mas Luddy** yang telah memberikan dukungan moril maupun material serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling ijabah selain doa yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian.
4. **Dr. Zaenal Afandi, M.Pd**, selaku Rektor UN PGRI Kediri yang telah memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
5. **Dr. Subagyo, M.M.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan Skripsi ini.
6. **Restin Meilina, M.M.**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan dukungan secara moril dan membantu dalam penyusunan Skripsi ini.
7. **Dr. Subagyo., M.M. dan Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd.**, selaku Dosen Pembimbing yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.

8. **Bapak Erwin Wahyu**, selaku pemilik Tenun Ikat Bandoel Kediri yang telah memberikan segala informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.
9. **Teman-teman Manajemen 2018, dan 2017**, yang telah menjadi patner diskusi di kelas dan luar kelas serta segala dukungan moril, tenaga dan kesetiaanya.
10. **Teman-teman Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNP Kediri**, tetap semangat dan terus menebar manfaat kepada sesama. Tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian tak mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini. Dengan perjuangan dan kebersamaan kita pasti bisa! Semangat!!
11. **Seluruh Dosen dan Karyawan Prodi Manajemen**
12. **Almamaterku Universitas Nusantara PGRI Kediri**
13. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Demikian semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Kediri, 03 Februari 2020

RORO PRAHESTY

NPM: 18.1.02.02.0234

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori	10
1. Industri Kreatif	10
2. Inovasi Produk	11
3. Indikator Inovasi Produk	12
4. Ciri-ciri Inovasi Produk	12
5. Model Bisnis	13
6. <i>Business Model Canvas</i>	14
7. Analisis SWOT	19
8. Matriks SWOT	21
9. <i>Competitive Advantage</i>	25
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	26

C. Kerangka Berfikir	28
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	30
B. Kehadiran Peneliti	32
C. Lokasi Penelitian	32
D. Tahapan Penelitian	34
E. Sumber Data	35
F. Prosedur Pengumpulan Data	37
G. Teknik Analisis Data	39
H. Pengecekan Keabsahan Temuan	42
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	44
B. Deskripsi Informan Penelitian	60
C. Deskripsi Data Hasil Penelitian	62
D. Interpretasi dan Pembahasan	75
 BAB V PENUTUP	
A. Temuan	100
B. Implikasi	101
C. Rekomendasi	102
 DAFTAR PUSTAKA	 105
LAMPIRAN- LAMPIRAN	107

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1.1 : Daftar Nama dan Alamat Tenun Ikat di Bandar Kidul Kota Kediri	3
2.1 : Matriks SWOT	22
2.2 : Faktor-Faktor Strategi Eksternal (<i>External Strategic Factor Analysis Summary/ EFAS</i>)	24
2.3 : Faktor-Faktor Strategi Internal (<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary/ EFAS</i>)	25
2.4 : Daftar Penelitian Terdahulu	26
3.1 : Tabel Kode Informan	36
4.1. : Jumlah Tenaga Kerja Tenun Ikat Bandoel Tahun 2020	49
4.2 : Alat Tenun Ikat	59
4.3 : Deskripsi Informan Penelitian	60
4.4 : Evaluasi Faktor Internal (EFI)	85
4.5 : Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	89
4.6 : Matrik Internal – Eksternal	93
4.7 : Matriks SWOT Tenun Ikat Bandoel	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 : <i>Business Model Canvas</i>	15
2.2 : Fase channels <i>Business Model Canvas</i>	16
2.3 : Analisis SWOT	19
2.4 : Kerangka Berfikir	28
3.1 : Peta Lokasi Tenun Ikat Bandoel	33
3.2 : Model Analisis Interaktif	41
4.1 : Letak Desa Bandar Kidul	46
4.2 : Struktur Organisasi Tenun Ikat Bandoel Kediri	50
4.3 : Proses Pemintalan	51
4.4 : Proses Skeer/ Penataan Benang	52
4.5 : Proses Grayen/ Pemyambungan Benang	52
4.6 : Proses Pemintalan Benang Putih	53
4.7 : Reek/ menata benang pada bidang	54
4.8 : Proses Desain	54
4.9 : Proses Pengikatan Motif	55
4.10 : Proses Pencelupan	56
4.11 : Proses Colet/ Pemberian Warna Kombinasi	56
4.12 : Pelepasan Tali/ Oncek	57
4.13 : Penguraian Benang	57
4.14 : Pemintalan Pakan Pada Palet	58
4.15 : Proses Tenun	58
4.16 : Kondisi Eksiting <i>Business Model Canvas</i> Tenun Ikat Bandoel	84
4.17 : Diagram SWOT Tenun Ikat Bandoel	94
4.18 : Usulan <i>Business Model Canvas</i> Tenun Ikat Bandoel	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1 : Surat Pengantar/ ijin Penelitian	107
2 : Surat Balasan dari Tenun Ikat Bandoel	108
3 : Berita Acara Bimbingan	109
4 : Pertanyaan Matrik SWOT	110
5 : Dokumentasi	119

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman industri 4.0 ini, pertumbuhan industri semakin berkembang. Salah satunya adalah industri kreatif. Industri kreatif bisa menarik minat masyarakat karena mampu mendorong perkembangan ekonomi yang sangat menjanjikan. Di Indonesia, industri kreatif memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi, baik secara digital maupun tradisional. Industri kreatif pada dasarnya dapat diartikan sebagai kumpulan kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan penciptaan, penggunaan pengetahuan ataupun informasi. Dengan adanya industri kreatif, maka industri kreatif dapat mengatasi disrupsi dan mampu memberikan dampak peningkatan pendapatan nasional.

Industri kreatif telah memberi kontribusi kepada negara. Pada tahun 2019, Indonesia telah menempati posisi ketiga setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan dalam perihal jumlah kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) negara (Novika, 2020). Hal tersebut diperkuat dengan data yang tercantum dalam OPUS Ekonomi kreatif pada tahun 2019 telah memberikan kontribusi sebesar Rp 1.105 triliun terhadap PDB nasional (Saputra, 2020). Berdasarkan data yang tercantum dalam OPUS, industri kreatif memiliki potensi besar untuk menompang ekonomi nasional karena industri kreatif merupakan subsistem dari ekonomi kreatif.

Dapat di ketahui bahwa banyak sekali perusahaan-perusahaan baru yang tumbuh dan bersaing ketat dengan perusahaan yang sudah lama berdiri. Saat ini persaingan bisnis tersebut terus berlangsung di segala bidang khususnya di bidang industri kreatif. Semua perusahaan bersaing untuk dapat memenangkan persaingan di dunia industri. Industri kreatif dipandang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan dalam perekonomian (Hariani, 2020; Warnaningtyas, 2017). Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM terutama usaha mikro yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. Pemerintah dan pelaku usaha harus menaikkan ‘kelas’ usaha mikro menjadi usaha menengah. Basis usaha ini juga terbukti kuat dalam menghadapi krisis ekonomi (Djkn, 2020).

Di kala pemerintah sedang berupaya untuk mengoptimalkan kondisi perekonomian Indonesia, pandemi Covid-19 datang dengan segala dampak negatifnya. Pandemi Covid-19 sangat berpengaruh dalam segala aspek terutama pada kondisi kesehatan dan perekonomian negara. Dengan adanya pandemi Covid-19 tidak dapat dipungkiri bahwa perekonomian Indonesia saat ini sedang berada dalam kondisi yang bisa dibilang “sangat tidak stabil”. Hal ini merupakan tantangan terbesar bagi perusahaan karena perusahaan harus bisa membuat suatu produk yang unggul dan berkualitas serta harga terjangkau bagi masyarakat. Produk tersebut harus bisa menarik masyarakat dengan adanya inovasi-inovasi yang ditawarkan perusahaan pada setiap produknya. Salah satu untuk meningkatkan efisiensi perusahaan yaitu

dengan memproduksi barang yang berkualitas. Tetapi perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor waktu sebagai salah satu hal untuk menentukan *Competitive Advantage* perusahaan.

Salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki potensi luar biasa untuk pengembangan industri kreatif adalah Kota Kediri (Sardanto, 2016). Untuk memberdayakan potensi tersebut, Pemerintah Kota Kediri mengajak pelaku industri kreatif untuk berkolaborasi dengan Pemerintah Kota demi membangun Kediri agar menjadi lebih maju lagi di era industri 4.0. Wali Kota Kediri mengatakan bahwa beliau melihat pertumbuhan ekonomi Kota Kediri yang begitu pesat salah satunya ditopang industri kreatif. Bahkan industri kreatif membawa dampak yang positif bagi Kota Kediri. Salah satunya dengan berkurangnya kemiskinan di Kota Kediri dan berkurangnya pengangguran terbuka di Kota Kediri karena telah terserap dalam sektor industri kreatif (Mashudi, 2020).

Sentra kerajinan Tenun Ikat menjadi salah satu ikon industri kreatif di Kota Kediri. Sentra kerajinan Tenun Ikat merupakan salah satu UMKM yang berlokasi di Kelurahan Bandar Kidul, Kecamatan Mojoagung. Tenun Ikat adalah usaha di bidang industri kreatif yang diwariskan secara turun menurun (Sardanto, 2016).

TABEL 1.1
Daftar Nama dan Alamat Tenun Ikat
Di Bandar Kidul Kota Kediri

No	Nama Tenun Ikat	Alamat
1	Tenun Ikat Bandoel	Jl. KH. Agus Salim Gg. VIII / 9C
2	Tenun Ikat Sinar Barokah	Jl. KH. Agus Salim Gg. VIII
3	Tenun Ikat Kurniawan	Jl. KH. Agus Salim Gg. VIII/ 43

4	Tenun Ikat Sahabat	Jl. KH. Agus Salim Gg. VIII
5	Risquna JC Tenun Ikat	Jl. KH. Agus Salim Gg. VIII/ 21
6	Aam Putra Tenun Ikat	Jl. KH. Agus Salim Gg. VIII / 33B
7	Tenun Ikat Bandar	Jl. KH. Agus Salim Gg. VIII / 55B
8	Tenun Ikat Medali Mas	Jl. KH. Agus Salim Gg. VIII/ 54C
9	Tenun Ikat ATBM Cap Kodok Ngorek	Jl. KH. Agus Salim No.13, Kediri
10	Kerajinan Tenun Ikat Kodok Ngorek 1	Jl. KH. Agus Salim Gg. VII/ 51B
11	Tenun Ikat ATBM Kodok Ngorek 2	Jl. KH. Agus Salim Gg. VII/ 21B
12	Tenun Ikat Sempurna	Jl. KH. Agus Salim Gg. VII/ 19
13	Sarung Tenun Ikat Cap KB Solekan	Jl. KH. Agus Salim, Gg. VII

Sumber : Data hasil survey

Tenun Ikat di Bandar Kidul kota Kediri sudah ada sejak tahun 1950-an. Seiring dengan perkembangan teknologi tenun palikat mulai dibuat oleh mesin, permintaan pasar menjadi menurun karena ada produk sarung mesin yang lebih murah, akhirnya para pengrajin mulailah membuat sarung goyor kembang yang mempunyai motif lebih menarik dari sarung pelikat. Salah satunya yaitu “Tenun Ikat Bandoel Kediri”. Dalam hal tersebut, Pengrajin Tenun Ikat Bandoel Kediri banyak memerlukan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing Industri Ikat Tenun di pasar lokal maupun global, sehingga strategi-strategi inovasi dapat dilakukan pada model bisnis. Berdasarkan hasil wawancara, manajer Tenun Ikat Bandoel mengatakan bahwa pada saat Covid-19, pelanggan Tenun Ikat Bandoel memang turun drastis. Bahkan pesanan masal yang sudah di pesan, khususnya untuk acara tidak diambil. Indikator yang memberikan kontribusi dominan terhadap karakter wirausaha adalah inovasi yang diikuti dengan pergaulan yang mudah, pengendalian diri dan keberanian menanggung resiko. Jadi inovasi yang dapat membantu untuk keluar dari kondisi ketidakpastian menjadi penting (Yoshio, 2020). Untuk dapat tetap berkembang di pasar yang

kompetitif ini, perusahaan dituntut untuk memiliki *Competitive Advantage* dengan cara memberikan nilai tambah berupa inovasi di dalamnya. Kunci sukses sebuah bisnis adalah jika wirausahawan memiliki daya inovasi dan kreativitas yang tinggi (Ernestivita et al., 2020).

Rendahnya inovasi bisnis menjadi masalah utama dalam menghadapi permasalahan yang terjadi di dunia usaha, baik skala kecil maupun skala menengah, untuk memaksimalkan inovasi bisnis maka perusahaan memiliki tantangan besar bagi setiap perusahaannya, pemasaran dari keberlangsungan hidup suatu perusahaan karena inovasi produk yang kreatif akan membuat suatu perusahaan tetap eksis meskipun perusahaan itu sudah lama berdiri (Wijaya, 2017; Sa'adati et al., 2019). Inovasi menjadi hal yang penting dalam masa-masa sulit seperti kondisi Pandemi Covid-19 saat ini. Tentunya industri kreatif juga terdampak Pandemi Covid-19.

Fenomena yang terjadi pada kondisi tersebut menyebabkan pelanggan turun karena Tenun Ikat Bandoel belum memiliki strategi *Business Model Canvas* dalam memproses bisnisnya. Pengusaha di Jawa Timur masih belum jelas dalam menentukan tujuan bisnis, belum maksimal dalam mempertimbangkan faktor lingkungan yang mempengaruhi usahanya serta belum memiliki strategi khusus dalam menjalankan usahanya agar mampu bersaing (Ernestivita et al., 2020). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Pengrajin cenderung menjalankan berjalan yang hanya memperhatikan jenis produk saja yang perlu dikembangkan namun tidak memperhatikan segmentasi pasar yang luas. Padahal Sakur dalam (Ernestivita et al., 2020)

mengatakan bahwa tidak memiliki business plan, cepat puas, tidak fokus dan *competitive advantage* rendah merupakan kelemahan UMKM di Indonesia. Agar Tenun Ikat Bandar mampu berkompetisi dengan *competitor*, strategi-strategi inovasi pada model bisnis dapat diterapkan. Model bisnis tersebut berguna dalam lingkungan bisnis industri kreatif yang modern karena memungkinkan Tenun Ikat Bandoel Kediri ini untuk memahami *value* organisasi yang akan datang dan bagaimana perusahaan tersebut pada umumnya beroperasi. Dalam melakukan perancangan inovasi model bisnis, maka perlu adanya *Business Model Canvas* (BMC) (Fitriani & Sultan, 2019; Narto, 2017). BMC adalah salah satu alat yang dibuat untuk membantu perusahaan melihat lebih akurat bagaimana rupa usaha yang sedang dijalaninya. Dalam hal ini, jika BMC tersebut diwujudkan dengan baik dan sesuai dengan target maka Tenun Ikat Bandoel tersebut mampu memiliki kompetisi bisnis dari inovasi yang semakin meningkat dari tahun ke tahun.

Osterwalder & Pigneur (2012) mengatakan bahwa model bisnis dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui sembilan blok bangun dasar yang memperlihatkan cara berfikir tentang bagaimana perusahaan menghasilkan uang. Sembilan blok bangun tersebut diletakan pada sebuah susunan yang disebut *Business Model Canvas* (BMC). Sembilan blok dalam BMC meliputi *Customer Segment*, *Value Proposition*, *Channel*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, *Cost Structure*.

Untuk mengembangkan BMC, organisasi dapat memulai dari memotret kondisi saat ini, diikuti dengan analisis SWOT. Hasil analisis SWOT dapat digunakan untuk merancang model bisnis perbaikan dan *prototype* model-model bisnis masa depan. Menurut Kotler & Keller (2009) Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal. Sedangkan Rangkuti (2015) mengatakan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) yang dimiliki oleh perusahaan.

Business model canvas akan membantu perusahaan untuk mengenali apa yang menjadi *value proposition* sehingga memahami bagaimana produk yang ditawarkan perusahaan dapat dikomunikasikan dengan baik kepada konsumen hingga sampai ketangan konsumen yang lebih luas (Narto, 2017). Pelaku usaha perlu memahami deskripsi model bisnis yang sedang dijalani sehingga dapat menentukan strategi bersaing yang tepat untuk diterapkan diperusahaanya. Oleh karena itu penulis ingin meneliti bagaimana implementasi inovasi produk melalui pendekatan *business model canvas* pada Tenun Ikat Bandoel Kediri. Berdasarkan uraian di atas penelitian ini diberi judul **“Implementasi Inovasi Produk Industri Kreatif dalam meningkatkan *Competitive Advantage* melalui Pendekatan *Business Model Canvas* Pada Tenun Ikat Bandoel Kediri”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, agar penelitian ini dapat lebih fokus, jelas dan tepat sumber penelitian yang diinginkan oleh peneliti maka permasalahan pada penulisan ini difokuskan untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas. Penulis menfokuskan masalah penelitian pada :

1. Bagaimana implementasi inovasi produk industri kreatif dalam meningkatkan *competitive advantage* melalui pendekatan *business model canvas* pada Tenun Ikat Bandoel Kediri?
2. Apakah ada inovasi atau perubahan yang lebih baik untuk meningkatkan *competitive advantage* pada Tenun Ikat Bandoel Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian maka penelitian ini memiliki tujuan. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi inovasi produk industri kreatif dalam meningkatkan *competitive advantage* melalui pendekatan *business model canvas* pada Tenun Ikat Bandoel Kediri.
2. Untuk mengetahui inovasi atau perubahan yang lebih baik guna meningkatkan *competitive advantage* pada Tenun Ikat Bandoel Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat secara Teoritis

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasarkan pada disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.

b. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan yang digunakan untuk kepentingan ilmiah dan diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi penelitian yang akan datang serta bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat secara Praktis

a. Bagi Industri Kreatif Tenun Ikat Bandoel

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan pertimbangan evaluasi terhadap persaingan di dunia bisnis khususnya pada pengrajin Tenun Ikat Bandar.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, wawasan dan pengalaman yang ada dalam dunia bisnis serta dapat digunakan untuk latihan menerapkan antara teori yang didapat dari bangku kuliah dengan dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R., & Forest, R. D. (2019). *Manajemen strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (N. Puspasari & L. N. Puspitasari, Eds.). Salemba Empat.
- Djkn, K. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Artikel DJKN. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>, diakses 18 November 2020.
- Ernestivita, G., Subagyo, S., & Kumar, V. (2020). Entrepreneurial Parameters and Performance of MSMEs in East Java Province of Indonesia. *International Journal of Business Innovation and Research*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2020.10023765>
- Fitriani, R., & Sultan, M. A. (2019). *Model bisnis kanvas sebagai solusi inovasi bagi yang kecil bisnis*.
- Hariani, D. (2020). Analisis Strategi Model Bisnis Produk Industri Kreatif Dengan Pendekatan Model Canvas Studi Pada Industri Batik Laweyan Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi MH Thamrin*, 1(2), (Online) tersedia: <http://journal.thamrin.ac.id/index.php/ileka/article/view/720/pdf>, diunduh 14 November 2020.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & Y. S. Hayati, Eds.; edisi keti). Erlangga.
- Mashudi, D. (2020). *Wali Kota Abdullah Abu Bakar Ajak Industri Kreatif Berkolaborasi Bangun Kota Kediri Lebih Keren* Artikel ini telah tayang di surya.co.id dengan judul *Wali Kota Abdullah Abu Bakar Ajak Industri Kreatif Berkolaborasi Bangun Kota Kediri Lebih Keren*, <https://s.surya.co.id>. <https://surabaya.tribunnews.com/2020/02/19/wali-kota-abdullah-abu-bakar-ajak-industri-kreatif-berkolaborasi-bangun-kota-kediri-lebih-keren>, diakses 14 Januari 2020
- Narto. (2017). Pengembangan Bisnis Model Untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batik Sumenep Madura. *Prosiding SNST Ke-8*. https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/PROSIDING_SNST_FT/article/view/1856/1911
- Novika, S. (2020). *Ini 3 Sektor Ekonomi Kreatif yang Jadi Primadona Ekspor RI*. Detikfinance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5150071/ini-3-sektor-ekonomi-kreatif-yang-jadi-primadona-ekspor-ri>, diakses 20 Desember 2020.

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation* (T. Clark, Ed.). PT Gramedia.
- Rangkuti, F. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Royan, F. M. (2014). *Bisnis Model Kanvas Distributor*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sa'adati, D., Hasun, F., & Rendra, M. (2019). *Evaluasi Model Bisnis Pada Dinni Batik Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas*, diunduh 14 November 2020.
- Saputra, D. (2020). *Industri Kreatif Indonesia Di Tengah Pandemi Covid-19*. Wwww.Binusuniversity.Com. <https://student-activity.binus.ac.id/himtri/2020/08/24/industri-kreatif-indonesia-di-tengah-pandemi-covid-19/>, diakses 20 November 2020
- Sardanto, R. (2016). Kajian Bisnis Keluarga Tenun Ikat Berbasis Kearifan Lokal. *Snkib Untar*.
- Satori, D., & Khomariah, A. (2014). *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Cetakan ke). CV. Alfabeta.
- Sedarmayanti. (2018). *Manajemen Strategi* (3rd ed.). PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.; Edisi kedua). Alfabeta.
- Warnaningtyas, H. (2017). *Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun*.
- Wijaya, D.E. (2017). Peranan Inovasi Produk Terhadap Competitive Advantage Melalui Business Model Canvas Pada PT Martina Berto Tbk. *Agora*, 5 (3), tersedia : (<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6082/5580>), diunduh 12 ovember 2020.
- Yoshio, A. (2020). *Inovasi, Cara Jitu Bertahan di Tengah Pandemi*. Katadata.co.id. [https://katadata.co.id/ariemega/berita/5fa7ccc32434d/inovasi-cara-jitu-bertahan-di-tengah-pandemi?utm_source=Direct&utm_medium=Tags Pertumbuhan Ekonomi&utm_campaign=Indeks Pos 4](https://katadata.co.id/ariemega/berita/5fa7ccc32434d/inovasi-cara-jitu-bertahan-di-tengah-pandemi?utm_source=Direct&utm_medium=Tags%20Pertumbuhan%20Ekonomi&utm_campaign=Indeks%20Pos%204)