

ARTIKEL

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)



Oleh:

RORO PRAHESTY

18.1.02.02.0234

Dibimbing oleh :

1. Dr. Subagyo, M.M.

2. Rino Sardanto, M.Pd.

MANAJEMEN

EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2021



SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2021

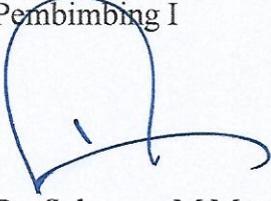
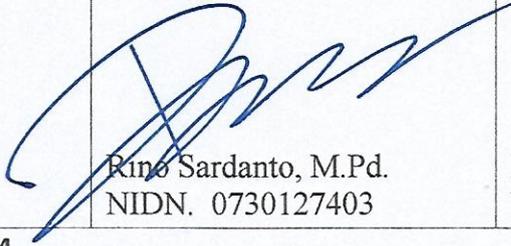
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Roro Prahesty
NPM : 18.1.02.02.0234
Telepon/HP : 085258872122
Alamat Surel (Email) : rrprahesty120@gmail.com
Judul Artikel : IMPLEMENTASI INOVASI INDUSTRI KREATIF
DALAM MENINGKATKAN *COMPETITIVE
ADVANTAGE* MELALUI PENDEKATAN *BUSINESS
MODEL CANVAS* (STUDI KASUS PADA TENUN
IKAT BANDOEL KELURAHAN BANDAR KIDUL
KOTA KEDIRI)
Fakultas – Program Studi : Ekonomi dan Bisnis - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi : Jl. KH. Achmad Dahlan 76 Kediri, Jawa Timur

Dengan ini menyatakan bahwa :

- artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
- artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 05 April 2021
Pembimbing I  Dr. Subagyo, M.M. NIDN. 0710766601	Pembimbing II  Rino Sardanto, M.Pd. NIDN. 0730127403	Penulis,  Roro Prahesty NPM. 18.1.02.02.0234

Roro Prahesty | 18.1.02.02.0234
Ekonomi dan Bisnis - Manajemen

simki.unpkediri.ac.id

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

Roro Prahesty

18.1.02.02.0234

Ekonomi dan Bisnis - Manajemen

Rrprahesty120@gmail.com

Dr. Subagyo, M.M dan Rino Sardanto, M.Pd

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRACT

This research is based on the underlying fact that Indonesia has great potential in the creative industry to support the national economy. As seen in Kediri City, many new companies have grown and competed with the long-established companies. BMC serves as a tool to assist in making business decisions. This study was prepared to identify the implementation of creative industrial product innovations in increasing competitive advantage and finding out better innovations or changes to improve competitive advantage through the BMC approach. A SWOT analysis was conducted to determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the nine blocks of Tenun Ikat Bandoel's business model. This research is qualitative research using a descriptive approach conducted through direct observation and in-depth interviews with informants. In addition, the interview was conducted to determine the product innovation implementation to increase Tenun Ikat Bandoel's competitive advantage. In addition, there are innovations and better changes to boost competitive advantage through the BMC approach. These innovations and changes are in the customer segment, customer relationship, key partner, and channel blocks.

KEYWORDS: *product innovation, creative industry, business model canvas (bmc)*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa di Indonesia industri kreatif memiliki potensi besar untuk menompong ekonomi nasional. 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 merupakan salah satu usaha yang diwariskan secara turun-menurun. BMC 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. 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)*

I. LATAR BELAKANG

Pada zaman industri 4.0 ini, pertumbuhan industri semakin berkembang. Salah satunya adalah industri kreatif. Industri kreatif memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia, baik secara digital maupun tradisional. Dengan adanya industri kreatif, maka industri kreatif dapat mengatasi disrupsi dan mampu memberikan dampak peningkatan pendapatan nasional. Pada tahun 2019, Indonesia telah menempati posisi ketiga setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan dalam perihal 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. Berdasarkan data yang tercantum dalam OPUS, industri kreatif memiliki potensi besar untuk menompang ekonomi nasional karena industri kreatif merupakan subsistem dari ekonomi kreatif. Saat ini persaingan bisnis terus berlangsung di segala bidang khususnya industri kreatif. Industri kreatif dipandang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan dalam perekonomian (Hariani, 2020; Warnaningtyas, 2017). Pemerintah dan perusahaan harus mengembangkan usaha mikro menjadi usaha menengah.

Pada saat pemerintah sedang berusaha untuk memperbaiki kondisi perekonomian,

Pandemi Covid-19 datang dengan dampak negatifnya. Hal tersebut merupakan tantangan terbesar bagi pelaku usaha karena perusahaan harus bisa menarik masyarakat dengan adanya inovasi-inovasi yang ditawarkan perusahaan pada setiap produknya dengan mempertimbangkan faktor waktu untuk menentukan *Competitive Advantage* perusahaan.

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 demi membangun Kediri agar menjadi lebih maju lagi di era industri 4.0.

Sentra kerajinan Tenun Ikat Bandoel merupakan ikon industri kreatif Kota Kediri yang diwariskan secara turun temurun. Tenun Ikat sudah ada sejak tahun 1950-an. Seiring berkembangnya teknologi, tenun pelikat mulai dibuat oleh mesin. Permintaan pasar menjadi menurun karena ada produk sarung mesin yang lebih murah. Akhirnya para pengrajin tenun memulai untuk membuat sarung pelikat. Salah satunya pengrajin tersebut yaitu "Tenun Ikat Bandoel".

Pengrajin Tenun Ikat Bandoel banyak memerlukan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing Industri Ikat Tenun di pasar lokal maupun global, sehingga dapat melakukan strategi inovasi

dapat dilakukan pada model bisnis. Fenomena pandemi Covid-19 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 usaha serta strategi khusus dalam menjalankan usahanya agar mampu bersaing (Ernestivita et al., 2020).

Osterwalder & Pigneur (2012) mengatakan bahwa model bisnis dapat dijelaskan melalui sembilan blok dasar yang memperlihatkan cara berfikir tentang bagaimana perusahaan dapat menghasilkan uang. Sembilan blok tersebut yaitu *business model canvas* (BMC) yang meliputi *Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, Cost Structure*.

Untuk mengembangkan BMC, Tenun Ikat Bandoel dapat memulai memotret kondisi saat ini, diikuti dengan analisis SWOT. Hasil analisis SWOT dapat digunakan untuk merancang model bisnis perbaikan dan prototype model bisnis masa depan. Menurut Rangkuti (2015) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor

secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Business model canvas akan membantu Tenun Ikat Bandoel untuk mengenali apa yang menjadi *value proposition* sehingga dapat memahami bagaimana produk yang ditawarkan perusahaan dapat dikomunikasikan dengan baik kepada konsumen hingga sampai ketangan konsumen yang lebih luas (Narto, 2017).

Oleh karena itu penulis ingin meneliti bagaimana implementasi inovasi produk industri kreatif dalam meningkatkan *competitive advantage* melalui pendekatan *business model canvas* sehingga dapat mengetahui inovasi atau perubahan yang lebih baik untuk meningkatkan *competitive advantage* pada Tenun Ikat Bandoel Kediri.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian mengenai “Implementasi Inovasi Produk Industri Kreatif dalam meningkatkan *Competitive Advantage* melalui Pendekatan *Business Model Canvas* Pada Tenun Ikat Bandoel Kediri”.

II. METODE

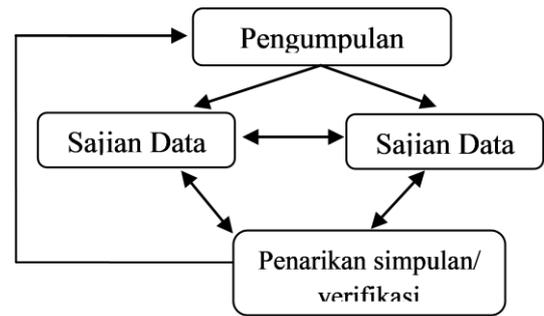
Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif karena untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh Tenun Ikat Bandoel. Hal

ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2019), pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci.

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif, peneliti memilih jenis penelitian ini guna untuk memperoleh informasi mengenai implementasi inovasi produk Tenun Ikat Bandoel yang sesungguhnya. Selanjutnya peneliti dapat memaparkan dalam bentuk narasi. Kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif bertindak sebagai pengumpul data dan sebagai *instrument* aktif dalam upaya mengumpulkan data di lapangan.

Penelitian ini dilaksanakan di Tenun Ikat Bandoel yang berlokasi di Jl. Kh. Agus Salim Gg. VIII No 9C, Bandar Kidul, Kota Kediri.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Teknik analisis data dilakukan melalui tiga komponen yaitu reduksi data, sajian data, penarikan simpulan verifikasi. Berikut gambar model analisis interaktif :



Gambar 1. Model Analisis Interaktif
Sumber : (Sugiyono, 2019)

Teknik keabsahan data pada penelitian ini, peneliti melakukan uji keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Inovasi bisnis

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, hasil yang didapat mengenai inovasi bisnis pada Tenun Ikat Bandoel yaitu selalu membuat hal baru. Diawali dari inovasi pewarnaan. Pewarnaan di Tenun Ikat Bandoel berbeda dengan pewarnaan tenun ikat yang ada di Bandar Kidul Kediri. Pemilik tenun ikat Bandoel telah membuat warna yang lebih terang dan warna neon.

Kondisi eksiting model bisnis Tenun Ikat Bandoel Kediri

Tahapan pertama dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi model bisnis pada Tenun Ikat Bandoel. Gambaran kondisi eksiting *Business Model Canvas* Tenun Ikat Bandoel saat ini :

Key Patner	Key Activity	Vamlue Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
1. Pemerintahan Kota Kediri 2. Bank Indonesia 3. Toko Abidin 4. UD Warna Indah 5. Toko Anna 6. Penjahit 7. Pembuat Sepatu	1. Pembelian bahan baku 2. Proses produksi 3. Pemasaran	1. Menggunakan ATBM (alat bukan mesin) 2. Kainnya menyerap keringat 3. Kainnya tidak bau 4. Warna tidak mudah luntur 5. Memiliki keunikan motif	1. Menjaga Kualitas 2. Komunikasi yang baik dengan pelanggan	1. Instansi Pemerintahan 2. Puskesmas 3. OJK 4. Dinas Pendidikan
	Key Resources		Channels	
	1. Lokasi 2. Alat Produksi 3. Tenaga Kerja		1. Facebook 2. Instagram 3. Pameran	
Cost Structure			Revenue Streams	
1. Pembelian Rafia 2. Pembelian Benang 3. Cat Pewarna 4. Perawatan Alat 5. Penjahitan 6. Gaji Karyawan			1. Penjualan Kain 2. Penjualan Baju 3. Penjualan Sarung 4. Penjualan Syal 5. Penjualan Sepatu	

Gambar 2. Kondisi Eksiting *Business Model Canvas* Tenun Ikat Bandoel Kediri

Dengan adanya informasi yang diperoleh, peneliti memasukan kedalam elemen-elemen sembilan blok *business model canvas*.

Analisis SWOT

Setelah melakukan identifikasi sembilan yang sesuai dengan kondisi eksiting *business model canvas* pada Tenun Ikat Bandoel, maka langkah selanjutnya melakukan identifikasi elemen tersebut berdasarkan Analisis SWOT yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*)

dan ancaman (*threats*) Tenun Ikat Bandoel Kediri.

Selanjutnya untuk mengetahui bagaimana kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Tenun Ikat Bandoel, diketahui hasil analisis SWOT memperlihatkan bahwa rata-rata faktor internal sebesar 2,25 dan rata-rata faktor eksternal sebesar 2,36. Hal ini berarti menunjukkan bahwa Tenun Ikat Bandoel berada dalam situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang sehingga peluang dapat dimanfaatkan.

Berdasarkan identifikasi dan analisis terhadap faktor eksternal dan internal serta

Total *Internal Factor Strategic* (IFAS) dan Total *Eksternal Factor Strategic* (EFAS) maka dapat disusun Matrik SWOT Tenun Ikat Bandoel :

Tabel 1. Matrik SWOT Tenun Ikat Bandoel Kediri

IFAS	<p>Strenght (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas bahan baku, produk, dan pewarnaan sangat baik 2. Perusahaan terus melakukan inovasi produk 3. Adanya dukungan Pemerintah Kediri 4. Memiliki hak paten 5. Memiliki karyawan yang skillnya cukup baik di bidangnya 6. Harga bersaing serta jaminan kualitas produk 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Media pemasaran terbatas pada penggunaan media sosial <i>facebook</i> dan <i>instagram</i> 2. Bahan baku benang dan zat pewarnaan berasal dari luar kota 3. Pelanggan terkadang merasa harga produk terlalu mahal dan masih membandingkan harga dengan competitor
EFAS	<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyerap tenaga kerja lokal 2. Melestarikan tradisi tenun ikat 3. Dukungan pemerintah kota besar 4. Pendirian kampung wisata tenun Kediri 5. Banyaknya reseller akan menjadi tenaga pemasar tambahan 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan variasi produk yang bervariasi dan kreatif 2. Meningkatkan keterampilan tenaga kerja 3. Mempertahankan kualitas 4. Mengembangkan networking dengan perusahaan sejenis
<p>Threat (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan antar produksi tenun 2. Masuknya pesaing baru 3. Gencarnya promosi perusahaan pesaing 4. Harga produk pesaing lebih murah 5. Harga bahan baku yang fluktuatif 6. Kompetitor memiliki <i>brand</i> yang lebih kuat 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan produk dengan motif khas yang bernilai sejarah tinggi 2. Menjaga kepercayaan pelanggan 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mencantumkan merek/<i>brand</i> pada kemasan agar produk lebih mudah dikenal 2. Meningkatkan promosi untuk luar daerah 3. Memberikan penawaran khusus bagi reseller dengan memberikan diskon dengan minimal pembelian 4. Memperluas jaringan pemasaran diluar daerah dan melalui media e-marketplace
	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas produk dan loyalitas konsumen 2. Menambah variasi produk dan memperbaiki kemasan agar lebih menarik 3. Meningkatkan hubungan pelanggan dengna memberi <i>reward</i> pada pelanggan yang loyal 	

Usulan *Business Model Canvas* Tenun Ikat Bandoel Kediri

Berdasarkan hasil analisis SWOT, disusun perancangan model bisnis Tenun

Ikat Bandoel menggunakan pendekatan *business model canvas* dari Osterwalder & Pigneur (2012). Usulan *business model canvas* baru yaitu sebagai berikut :

USULAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
TENUN IKAT BANDOEL KEDIRI

Keterangan Warna : : Dipertahankan : Ditingkatkan : Ditambahkan

Key Patner	Key Activity	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
1. Pemerintahan Kota Kediri 2. Bank Indonesia 3. Toko Abidin 4. UD Warna Indah 5. Toko Anna 6. Penjahit 7. Pembuat Sepatu 8. <i>E-commerce</i> 9. <i>Store consignment</i>	1. Pembelian bahan baku 2. Proses produksi 3. Pemasaran Key Resources 1. Lokasi 2. Alat Produksi 3. Tenaga Kerja	1. Menggunakan ATBM (alat bukan mesin) 2. Kainnya menyerap keringat 3. Kainnya tidak bau 4. Warna tidak mudah luntur 5. Memiliki keunikan motif 6. Kemudahan berbelanja online	1. Menjaga Kualitas 2. Komunikasi yang baik dengan pelanggan 3. Kartu <i>membership</i> 4. Pemberian <i>reward</i> untuk konsumen yang royal Channels 1. Facebook 2. Instagram 3. Pameran 4. <i>E-commerce</i> 5. <i>Store Consignment</i>	1. Instansi Pemerintahan 2. Puskesmas 3. OJK 4. Dinas Pendidikan 5. Reseller 6. Pengguna Media
Cost Structure		Revenue Streams		
1. Pembelian Rafia 2. Pembelian Benang 3. Cat Pewarna 4. Perawatan Alat 5. Penjahitan 6. Gaji Karyawan		1. Penjualan Kain 2. Penjualan Baju 3. Penjualan Sarung 4. Penjualan syal 5. Penjualan sepatu		

Gambar 3. Usulan *Business Model Canvas*

Berdasarkan hasil usulan *business model canvas* Tenun Ikat Bandoel, maka bisa mengetahui beberapa blok yang harus dikembangkan terutama pada saat kondisi Covid-19 saat ini. Blok *business model canvas* tersebut yang harus dikembangkan yaitu pada blok *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resources*, *key activity*, dan *key partnership*.

TEMUAN

Dari semua analisis data yang sudah disajikan maka dapat di simpulkan sebagai berikut :

- a. Tenun Ikat Bandoel Kediri dalam menjalankan usahanya, belum mengimplementasikan inovasi produk industri kreatif dalam meningkatkan *competitive advantage* melalui pendekatan *business model canvas*, karena Tenun Ikat Bandoel Kediri belum memiliki model bisnis untuk

menjalankan usahanya. Namun, didalam implementasi inovasi produk Tenun Ikat Bandoel sudah melakukan banyak inovasi seperti membuat berbagai jenis masker, tas, baju, sepatu, udeng dan topi.

- b. Inovasi dan perubahan yang lebih baik untuk meningkatkan *competitive advantage* berada pada blok *customer segment* yaitu harus menambahkan *Reseller* dan Pengguna Media, kemudian pada blok *customer relationship* untuk menarik pembeli dan calon pembeli agar datang kembali untuk membeli produknya maka dapat menambahkan kartu membership dan pemberian *reward* untuk konsumen yang royal. Pada blok *key partnership* dapat menambahkan e-commerce dan store consignment. Pada blok yang terakhir yaitu blok *channel*, Tenun Ikat Bandoel untuk memperluas pasar dapat menambahkan e-commer seperti shopee, lazada, tokopedia, bukalapak serta dapat menambahkan *store consignment* untuk menitipkan produk-produknya ke toko sebagai pemasok.

IMPLIKASI

1. Implikasi Teoritis

Dari hasil penelitian, Tenun Ikat Bandoel belum memiliki *Business*

Model Canvas untuk menjalankan usahanya. Padahal business model canvas merupakan alat bantu yang digunakan untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis agar dapat menguraikan kondisi yang kompleks menjadi lebih sederhana (Osterwalder & Pigneur, 2012).

2. Implikasi Praktis

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pemilik Tenun Ikat Bandoel agar mampu meningkatkan *Competitive Advantage*. Sehingga apabila Tenun Ikat Bandoel sudah memiliki *business model canvas* maka, Tenun Ikat Bandoel dapat meminimalisir kekurangan yang ada pada saat kondisi seperti Covid-19. Dimana pada kondisi Covid-19 tersebut membuat pelanggan Tenun Ikat Bandoel turun drastis.

IV. DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- 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).
<http://journal.thamrin.ac.id/index.php/ileka/article/view/270/pdf>
- 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>
- 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.
- Sardanto, R. (2016). Kajian Bisnis Keluarga Tenun Ikat Berbasis Kearifan Lokal. *Snkib Untar*.
- 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*.