



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i6>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Perancangan Strategi Industri Kreatif Tenun Ikat Sikka yang Berkelanjutan dengan Analisis *Triple Layer Business Model Canvas* di Sentra Jata Kapa

Nur Chotimah^{1*}, Nurdin H Abd, Rahman S², Andy Suriyani³, Aurelius Elenprino⁴

¹Universitas Muhammadiyah Maumere, Kab. Sikka, Indonesia, nur.chotimah329@gmail.com

²Universitas Muhammadiyah Maumere, Kab. Sikka, Indonesia, nurdinrhman811@gmail.com

³Universitas Muhammadiyah Maumere, Kab. Sikka, Indonesia, andysuriyani97@gmail.com

⁴Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kab. Sikka, Indonesia, aureliuselenprino74@gmail.com

*Corresponding Author: nur.chotimah329@gmail.com

Abstract: East Nusa Tenggara (NTT) is known as one of the main producers of ikat weaving in Indonesia, with typical production in almost every district/city, including Sikka Regency. Although this production has great economic potential and is supported by many weaver groups, the poverty rate in the region remains high, indicating a suboptimal potential. The Jata Kapa Center as the center of the sikka ikat weaving creative industry, formed by the Ministry of Industry, has still not reached full productivity. This study aims to develop a sustainable strategy for the sikka ikat weaving creative industry using TLBMC analysis, with quantitative and qualitative approaches. The AHP analysis determines the strategic priorities, namely: 1) Training, 2) regeneration of young weavers, 3) utilization of e-commerce, 4) recycling, 5) CSR, 6) exclusivity value, 7) local raw materials, 8) protection of IPR, 9) designer collaboration, and 10) quality and environmentally friendly products. The results show that the Jata Kapa Center is in quadrant II, recommending a Diversification strategy. TLBMC's analysis suggests adjustments to economic and environmental aspects to support sustainability, while maintaining social aspects. This strategy is expected to increase the productivity, welfare of weavers, and the competitiveness of the sikka ikat weaving industry in the national and international markets. The limitation of this study is that it only focuses on the Jata Kapa Center with a limited number of respondents and does not include external factors in other NTT regions.

Keywords: TLBMC, SWOT, AHP, Sikka Ikat Weaving, Sustainable

Abstrak: Nusa Tenggara Timur (NTT) dikenal sebagai salah produsen utama tenun ikat di Indonesia, dengan produksi khas di hampir setiap kabupaten/kotanya, termasuk Kabupaten Sikka. Meskipun produksi ini memiliki potensi ekonomi besar dan didukung oleh banyak kelompok penenun, angka kemiskinan di wilayah ini tetap tinggi, menunjukkan potensi yang belum optimal. Sentra Jata Kapa sebagai pusat industri kreatif tenun ikat sikka, yang dibentuk Kementerian Perindustrian, masih belum mencapai produktivitas penuh. Penelitian ini bertujuan menyusun strategi berkelanjutan untuk industri kreatif tenun ikat sikka menggunakan

analisis TLBMC, dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Analisis AHP menentukan Prioritas strategi, yaitu: 1) Pelatihan, 2) regenerasi penenun muda, 3) pemanfaatan e-commerce, 4) daur ulang, 5) CSR, 6) nilai eksklusivitas, 7) bahan baku lokal, 8) perlindungan HKI, 9) kolaborasi desainer, dan 10) produk berkualitas dan ramah lingkungan. Hasil menunjukkan Sentra Jata Kapa berada pada kuadran II, merekomendasikan strategi Diversifikasi. Analisis TLBMC menyarankan penyesuaian pada aspek ekonomi dan lingkungan untuk mendukung keberlanjutan, sementara aspek sosial tetap dipertahankan. Strategi ini diharapkan meningkatkan produktivitas, kesejahteraan penenun, serta daya saing industri tenun ikat sikka di pasar nasional dan internasional. Adapun keterbatasan penelitian ini yaitu hanya berfokus pada Sentra Jata Kapa dengan keterbatasan jumlah responden dan belum mencakup faktor eksternal di wilayah NTT lainnya.

Kata Kunci : TLBMC, SWOT, AHP, Tenun Ikat Sikka, Berkelanjutan

PENDAHULUAN

Industri kreatif, dengan kapitalisasi US\$2.250 miliar telah menciptakan 29,5 juta lapangan kerja di seluruh dunia (SDGs, 2023) menjadi pendorong utama ekonomi. Di Indonesia, Kementerian Perindustrian telah mengakui perannya, terutama dalam pengembangan industri kreatif yang berfokus pada potensi sumber daya dan kekayaan kultur daerah (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian, 2014). Hal ini sejalan dengan kontribusi signifikan industri kreatif terhadap perekonomian nasional (Kemenperin, 2020).

Namun adanya tantangan persaingan global mendorong pengembangan industri kreatif untuk tidak hanya fokus pada inovasi produk, tetapi juga memperhatikan praktik pembangunan berkelanjutan. Aturan terkait industri hijau, seperti PP No. 14/2015 tentang RIPIN 2015-2035, menekankan efisiensi penggunaan sumber daya dalam produksi industri kreatif untuk menjaga keseimbangan lingkungan dan memberikan manfaat ekonomi serta sosial bagi masyarakat (Kemenperin, 2019).

NTT dikenal sebagai produsen tenun ikat terbesar di Indonesia, dengan hampir setiap kabupaten/kotanya memiliki produksi tenun ikat yang unik (Deni, 2023), seperti tenun ikat sikka. Potensi ini berkontribusi besar terhadap perekonomian lokal, didukung oleh banyaknya kelompok penenun di daerah ini (Suriyani et al., 2023). Kementerian Perindustrian menetapkan Sentra Jata Kapa sebagai pusat pengembangan industri kreatif tenun ikat sikka, dengan harapan dapat mengurangi kemiskinan dan mendukung praktik berkelanjutan. Meskipun NTT merupakan produsen tenun ikat terbesar di Indonesia, angka kemiskinan yang tinggi menunjukkan bahwa potensi ini belum dimanfaatkan sepenuhnya (BPS, 2023).

Sentra Jata Kapa, pusat pengembangan industri kreatif tenun ikat sikka, juga belum mencapai produktivitas maksimal. Menghadapi tuntutan industri hijau, diperlukan solusi untuk menciptakan industri kreatif yang mandiri, berdaya saing, dan mengusung konsep hijau. Oleh karena itu, model holistik yang memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan diperlukan.

Untuk mengatasi tuntutan tersebut, model pendekatan Triple Layer Business Model Canvas (TLBMC) dapat menjadi strategi alternatif yang efektif (Joyce & Paquin, 2016). TLBMC, hasil pengembangan dari karya Osterwalder dan Pigneur (Osterwalder & Pigneur, 2011), diperluas oleh Joyce dan Pacuin (Joyce & Paquin, 2016), untuk menggali model bisnis yang berfokus pada keberlanjutan inovasi. TLBMC menekankan pengembangan industri dari perspektif yang lebih holistik, mempertimbangkan nilai ekonomi, lingkungan, dan sosial berdasarkan siklus hidup.

Studi telah menunjukkan bahwa TLBMC mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (García-Muiña et al., 2020; Nikmah & Magfiroh, 2022; Pardalis et al., 2020) memfasilitasi inovasi berkelanjutan dan membantu mengatasi tantangan yang dihadapi (Anggraeni & Wibowo, 2021; Oyinlola et al., 2022; Susanto et al., 2021).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pendekatan TLBMC dapat diterapkan untuk mengembangkan strategi berkelanjutan bagi industri tenun ikat sikka di Sentra Jata Kapa. Penelitian ini penting untuk dilakukan sebagai dasar pengembangan industri kreatif tenun ikat sikka.

METODE

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Adapun pengembangan model peningkatan kualitas dalam penelitian ini akan menggunakan prinsip dalam analisis SWOT dengan menggunakan alat AHP dalam membobotkan alternatif solusi yang akan dimasukkan ke dalam model bisnis TLBMC. Penelitian ini berlokasi di Sentra Jata Kapa. Adapun populasi yang akan diteliti adalah Pekerja yang terlibat di Sentra Jata Kapa yang juga tergabung dalam Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten Sikka serta Kelompok Penenun Kabupaten Sikka. Jumlah sampel penelitian berjumlah sebanyak sepuluh orang dengan teknik *purposive sampling*.

Tabel 1. Data Responden

Data Responden
1. Ketua Kelompok Penenun Kategori Besar
2. Ketua Kelompok Penenun Kategori Sedang
3. Ketua Kelompok Penenun Kategori Kecil
4. Kepala Pengelola Sentra Jata Kapa
5. Staf dibidang pengembangan desain motif dan produk Sentra Jata Kapa
6. Staf dibidang pemrosesan tenun ikat sikka di Sentra Jata Kapa
7. Staf dibidang pemasaran tenun ikat sikka di Sentra Jata Kapa
8. Kepala Seksi Pembinaan dan Pengembangan dalam bidang industri Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten Sikka
9. Kepala Seksi Pengolahan dan Produksi Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten Sikka
10. Kepala Seksi Kemitraan Usaha Industri Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Sikka

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sentra Jata Kapa

Sentra Jata Kapa merupakan pusat produksi dan pemberdayaan tenun ikat di Kabupaten Sikka yang telah aktif beroperasi sejak tahun 2020 setelah diresmikan pada 10 Februari 2018 melalui dukungan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Visi dari pembangunan Sentra Jata Kapa adalah memaksimalkan potensi unggulan daerah melalui inovasi yang berbasis pada teknologi industri, khususnya dalam bidang tenun ikat. Sedangkan Sentra ini memiliki misi menjadi pusat pembinaan dan pelatihan bagi kelompok-kelompok penenun yang mencakup aspek kelembagaan, produksi, pemasaran, keuangan, serta pengembangan usaha.

Tujuan utama dari Sentra ini adalah berkontribusi pada peningkatan perekonomian masyarakat, khususnya bagi kelompok penenun ikat di Kabupaten Sikka. Adapun kegiatan utama di Sentra meliputi produksi tenun dan pembuatan souvenir dari produk-produk turunannya, yang hasil produksinya dipasarkan melalui Galeri Industri Kreatif Nian Sikka. Seluruh kegiatan di Sentra ini dikelola dan diawasi oleh Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten Sikka.

Strategi Bisnis Awal di Sentra Jata Kapa

Berdasarkan hasil kegiatan FGD tahap pertama yang dilakukan bersama pihak Sentra Jata Kapa dalam proses pemetaan model bisnis awal yang telah diterapkan pada Industri Kreatif Tenun Ikat Sikka di Sentra Jata Kapa dengan Triple Layer Business Model Canvas, menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 2. Lapisan Ekonomi-TLBCM pada Industri Kreatif Tenun Ikat Sikka di Sentra Jata Kapa

<i>Key Partnership</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Galeri Industri Kreatif Nian Sikka - Pemerintah - Lembaga pendidikan (sekolah) dan lembaga kebudayaan (kelompok tenun ikat sikka) - LSM - Lembaga pendukung UMKM 	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi kain tenun ikat sikka - Riset dan pengembangan - modifikasi desan motif - Pemasaran dan promosi - Pelatihan dan pengembangan keterampilan - Pengelolaan hubungan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kain tenun ikat berkualitas tinggi dengan desain tradisional - Filosofi - Desain eksklusif dan custom-made - Warna alami dan tradisional - Cerita budaya dan sejarah di balik setiap motif 	<ul style="list-style-type: none"> - Menjaga loyalitas pelanggan dengan mempertahankan kualitas tenun ikat sikka - Layanan pelanggan yang personal dan ramah - Konsultasi desain khusus sesuai keinginan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat lokal (sudah jadi kebutuhan masyarakat daerah kab. sikka) - Kolektor Tenun Ikat Sikka - Butik (dari dalam kota maupun luar kota) - Toko pakaian tradisional - Institusi pendidikan dan budaya - Konsumen berskala nasional maupun internasional
		<i>Key Resources</i>	<i>Channels</i>	
		<ul style="list-style-type: none"> - Pengrajin tenun ikat sikka - HKI motif - Bahan baku yang berkualitas - Peralatan dan mesin tenun - Pengetahuan dan desain motif 	<ul style="list-style-type: none"> - Galeri Industri Kreatif Nian Sikka - Pameran dan Bazar Budaya - Media Sosial (Facebook) untuk promosi 	
<i>Costs Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		
<ul style="list-style-type: none"> - Biaya produksi - Biaya pemasaran dan promosi - Biaya distribusi dan logistik 		<ul style="list-style-type: none"> - Penjualan langsung kain tenun ikat sikka - Penjualan produk jadi (baju, dan sesuai request pelanggan) 		

Tabel 3. Lapisan Lingkungan-TLBCM pada Industri Kreatif Tenun Ikat Sikka di Sentra Jata Kapa

<i>Supplies and Outsourcing</i>	<i>Production</i>	<i>Functional Value</i>	<i>End of Life</i>	<i>Use Phase</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Pembelian dan pengadaan benang dan pewarna kimia dari pemasok eksternal. - Pengadaan bahan 	<ul style="list-style-type: none"> - Proses penenunan manual yang membutuhkan energi rendah - Pewarnaan kain dengan bahan-bahan alami yang ramah lingkungan 	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi kain tenun ikat sikka yang digunakan sebagai kebutuhan adat daerah - Pembuatan kain tenun ikat untuk busana 	<ul style="list-style-type: none"> - Sisa hasil menjadi produk turunan baru seperti tas, souvenir, maupun aksesoris - Limbah pewarna alami dapat diolah menjadi pupuk 	<ul style="list-style-type: none"> - Kain tenun ikat yang digunakan sebagai pakaian adat yang tahan lama - Penggunaan tenun ikat untuk

<p>pewarna alami dari komunitas setempat sebanyak 4 kelompok tenun ikat</p> <p>– Kerjasama dengan pengrajin lokal untuk pembuatan alat tenun.</p>	<p>– Penggunaan alat-alat tradisional yang minim jejak karbon</p> <p>– Tas, souvenir, dan aksesoris</p> <hr/> <p>Materials</p> <p>– Benang</p> <p>– Pewarna alami dan kimia</p> <p>– Alat tenun tradisional</p>	<p>– Penggunaan kain tenun ikat untuk dekorasi</p> <p>– Produksi tenun sebagai souvenir budaya bagi wisatawan</p> <p>– Penggunaan tenun ikat sikka dalam pameran seni dan budaya</p>	<p>– Penggunaan tenun sebagai souvenir budaya bagi wisatawan</p> <hr/> <p>Distribution</p> <p>– Distribusi produk tenun ke Galeri Industri Kreatif Nian Sikka</p> <p>– Pameran dan bazar budaya skala lokal, nasional, dan internasional.</p> <p>– Distribusi langsung ke konsumen</p>	<p>dekorasi yang dapat bertahan lama</p> <p>– Pemakaian tenun dalam berbagai acara formal maupun informal</p>
Environmental Impact		Environmental Benefit		
<p>– Pengurangan emisi melalui penggunaan bahan baku lokal.</p> <p>– Minimnya dampak lingkungan dari pewarna alami yang tidak beracun.</p> <p>– Pengurangan jejak karbon dengan menggunakan alat tenun manual.</p> <p>– Pengelolaan limbah produksi yang ramah lingkungan</p>		<p>– Konservasi keanekaragaman hayati dengan menggunakan pewarna alami.</p> <p>– Peningkatan kualitas tanah melalui penggunaan tanaman pewarna.</p> <p>– Pelestarian tradisi tenun yang ramah lingkungan.</p> <p>– Edukasi masyarakat tentang pentingnya produk berkelanjutan.</p>		

Tabel 4. Lapisan Sosial-TLBMC Pada Industri Kreatif Tenun Ikat Sikka di Sentra Jata Kapa

<i>Local Communities</i>	<i>Governance</i>	<i>Social Value</i>	<i>Social Culture</i>	<i>End User</i>
<p>– Pemasok bahan baku pewarna dan benang</p> <p>– Pelibatan komunitas dalam kegiatan pelestarian budaya.</p> <p>– Mendukung ekonomi lokal dengan mempekerjakan masyarakat lokal.</p> <p>– Pengadaan bahan dari pemasok lokal untuk mengurangi dampak lingkungan.</p>	<p>– Struktur organisasi yang jelas dengan peran dan tanggung jawab yang terdefinisi.</p> <p>– Kepatuhan terhadap regulasi pemerintah terkait industri kreatif.</p> <p>– Transparansi dalam laporan keuangan dan operasional.</p> <p>– Kolaborasi dengan pemerintah daerah untuk promosi budaya.</p> <hr/> <p>Employees</p> <p>– Karyawan terdiri dari penenun lokal dengan keterampilan tradisional.</p> <p>– Variasi gaji yang adil sesuai keterampilan dan pengalaman.</p> <p>– Pelatihan rutin untuk meningkatkan keterampilan tenun.</p>	<p>– Pelestarian warisan budaya melalui produksi kain tenun ikat.</p> <p>– Pemberdayaan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja.</p> <p>– Mendukung pendidikan seni dan keterampilan tenun di komunitas setempat.</p> <p>– Kontribusi terhadap identitas budaya dan</p>	<p>– Menjaga keberlanjutan tradisi tenun ikat dalam masyarakat.</p> <p>– Memperkuat identitas budaya lokal melalui produk yang dihasilkan.</p> <p>– Mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pelestarian budaya.</p> <p>– Membangun kesadaran tentang dampak positif produk lokal terhadap ekonomi.</p> <hr/> <p>Scale of Outreach</p> <p>– Distribusi produk ke pasar nasional dan internasional.</p> <p>– Partisipasi dalam pameran seni dan budaya di tingkat nasional.</p>	<p>– Wisatawan yang membeli kain tenun sebagai oleh-oleh.</p> <p>– Desainer yang menggunakan tenun ikat untuk koleksi mereka.</p> <p>– Konsumen lokal yang membeli tenun untuk pakaian adat.</p> <p>– Pengguna yang mencari produk ramah lingkungan dan beretika.</p> <p>– Kolektor seni yang</p>

– CSR dari Bank NTT, Askrimo	– Kesetaraan gender dalam pemberian peluang kerja.	kebanggaan lokal.	– Menyediakan produk yang beretika dan ramah lingkungan.	– Penggunaan media sosial untuk promosi dan penjualan.	– Kerjasama dengan LSM untuk program pemberdayaan komunitas.	menghargai nilai budaya dan estetika tenun ikat.
------------------------------	--	-------------------	--	--	--	--

<i>Social Impact</i>	<i>Social Benefits</i>
– Menciptakan lapangan kerja yang layak bagi masyarakat lokal.	– Pelestarian budaya lokal melalui produksi kain tenun.
– Mempertahankan warisan budaya melalui pelatihan generasi muda.	– Peningkatan kualitas hidup komunitas melalui penciptaan lapangan kerja.
– Mendukung kesejahteraan masyarakat melalui program pemberdayaan	– Pendidikan keterampilan tenun untuk generasi muda.
	– Peningkatan citra daerah sebagai pusat kerajinan tenun berkualitas.
	– Kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dengan mendukung ekonomi lokal.

Analisis SWOT

Setelah didapat dapat awal mengenai strategi industri kreatif tenun ikat sikka yang dijalankan di Sentra Jata Kapa, selanjutnya dilakukan proses wawancara kepada pihak Sentra Jata Kapa untuk menentukan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Data Faktor SWOT yang ditemukan berdasarkan hasil wawancara bersama informan terpilih, selengkapnya pada tabel berikut ini:

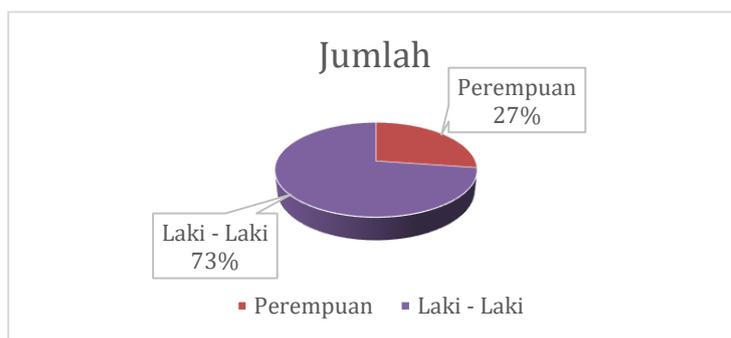
Tabel 5. Faktor IFAS dan EFAS

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kode	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Kode
Pelanggan yang beragam, mulai dari lokal hingga internasional, termasuk kolektor tekstil tradisional dan industri fesyen, menunjukkan potensi pasar yang luas dan setia.	S-1	Biaya produksi yang tinggi, termasuk upah pekerja dan bahan baku berkualitas, dapat menekan margin keuntungan.	W-1
Produk berkualitas tinggi, dengan desain eksklusif dan ramah lingkungan, memberikan daya tarik kuat bagi pelanggan.	S-2	Terbatasnya akses ke pasar global secara langsung mungkin mengurangi penetrasi pasar.	W-2
Fokus pada produksi manual yang presisi, riset desain, dan pengembangan keterampilan memastikan produk tetap relevan dan berkualitas.	S-3	Kain tenun ikat membutuhkan perawatan khusus, yang bisa menjadi penghalang bagi konsumen modern yang mencari kenyamanan.	W-3
Penggunaan bahan baku lokal dan alami (pewarna alami) yang mendukung keberlanjutan.	S-4	Keterbatasan dalam program daur ulang dan rekondisi produk bisa menjadi kelemahan dalam menghadapi tantangan keberlanjutan jangka panjang.	W-4
Konservasi keanekaragaman hayati dan dukungan ekonomi sirkular menunjukkan dampak positif yang kuat terhadap lingkungan.	S-5	Keterbatasan dalam jumlah pekerja terampil dan pelatihan yang memadai dapat mempengaruhi kualitas produksi dan inovasi.	W-5
Pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi lokal memperkuat keterlibatan komunitas dan identitas budaya.	S-6		
Adanya perlindungan berupa HAKI desain motif	S-7		
Peluang (<i>Opportunities</i>)		Ancaman (<i>Threats</i>)	

Peningkatan permintaan untuk produk yang dibuat secara etis dan ramah lingkungan dapat membuka pasar baru.	O-1	Meningkatnya persaingan dari produk tekstil serupa yang dihasilkan secara massal dan lebih murah bisa mengancam pangsa pasar.	T-1
Kolaborasi dengan desainer fesyen nasional dan internasional dan institusi budaya bisa meningkatkan visibilitas dan reputasi berskala nasional dan global.	O-2	Ketergantungan pada bahan baku alami yang terbatas (seperti pewarna alami) bisa menjadi ancaman jika terjadi kelangkaan.	T-2
Pemanfaatan e-commerce dan platform online memberikan kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar secara signifikan.	O-3	Peningkatan regulasi lingkungan yang ketat dapat menambah beban biaya produksi.	T-3
Kecenderungan global menuju produk yang berkelanjutan dan ramah lingkungan dapat meningkatkan permintaan terhadap tenun ikat.	O-4	Perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen modern yang lebih memilih produk instan dan lebih murah bisa mengurangi minat terhadap produk tradisional.	T-4
Peluang untuk memperkuat dampak sosial melalui program CSR yang berfokus pada pemberdayaan komunitas lokal dan edukasi budaya.	O-5	Ketidakpastian ekonomi global dan tantangan sosial seperti ketimpangan ekonomi dapat mengurangi daya beli konsumen.	T-5
		Regenerasi dari kalangan muda yang kurang berminat untuk belajar bertenun, dan menjadikan tenun ikat sebagai profesi dapat menjadi ancaman terbesar dalam pelestarian tenun ikat sikka.	T-6

Faktor SWOT diatas kemudian dibuat dalam bentuk pernyataan kuesioner kepada seluruh informan yang diwawancarai untuk dijadikan responden. Menurut Arikunto (Arikunto, 2022) apabila populasi kurang dari 100 orang, maka sampel yang digunakan adalah seluruhnya. Karena pada penelitian ini populasi tidak lebih dari 100 orang, maka peneliti mengambil seluruh jumlah responden yaitu sebanyak 10 orang. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar, dapat diketahui bahwa didominasi oleh laki-laki sebanyak 7 responden (73 persen) dan 3 responden lainnya yaitu perempuan (27 persen).

Gambar 1. Perbandingan Persentase Jumlah Responden Laki-Laki dan Perempuan



Hasil rekapan kuesioner pada tabel berikut ini menunjukkan berapa banyak responden yang memberikan rating 1 hingga 4 pada tiap butir pertanyaan yang diajukan melalui penyebaran kuesioner. Berikut merupakan rekap hasil pengisian kuesioner oleh 10 responden di atas.

Tabel 6. Rekap Hasil Kuesioner

No	Kekuatan	Rating			
		1	2	3	4
1	Pelanggan yang beragam, mulai dari lokal hingga internasional, termasuk kolektor tekstil tradisional dan industri fesyen, menunjukkan potensi pasar yang luas dan setia.	1		1	8
2	Produk berkualitas tinggi, dengan desain eksklusif dan ramah lingkungan, memberikan daya tarik kuat bagi pelanggan.	1			9
3	Fokus pada produksi manual yang presisi, riset desain, dan pengembangan keterampilan memastikan produk tetap relevan dan berkualitas.		1	1	8
4	Penggunaan bahan baku lokal dan alami (pewarna alami) yang mendukung keberlanjutan.		1	2	7
5	Konservasi keanekaragaman hayati dan dukungan ekonomi sirkular menunjukkan dampak positif yang kuat terhadap lingkungan.	1		2	7
6	Pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi lokal memperkuat keterlibatan komunitas dan identitas budaya.	1			9
7	Adanya perlindungan berupa HAKI desain motif	1			9
No	Kelemahan	Rating			
		1	2	3	4
1	Biaya produksi yang tinggi, termasuk upah pekerja dan bahan baku berkualitas, dapat menekan margin keuntungan.		1	2	7
2	Terbatasnya akses ke pasar global secara langsung mungkin mengurangi penetrasi pasar.		1	2	7
3	Kain tenun ikat membutuhkan perawatan khusus, yang bisa menjadi penghalang bagi konsumen modern yang mencari kenyamanan.		1	1	7
4	Keterbatasan dalam program daur ulang dan rekondisi produk bisa menjadi kelemahan dalam menghadapi tantangan keberlanjutan jangka panjang.		1	3	6
5	Keterbatasan dalam jumlah pekerja terampil dan pelatihan yang memadai dapat mempengaruhi kualitas produksi dan inovasi.		1	2	7
No	Peluang	Rating			
		1	2	3	4
1	Peningkatan permintaan untuk produk yang dibuat secara etis dan ramah lingkungan dapat membuka pasar baru.	1		1	8
2	Kolaborasi dengan desainer fesyen nasional dan internasional dan institusi budaya bisa meningkatkan visibilitas dan reputasi berskala nasional dan global.		1	1	8
3	Pemanfaatan e-commerce dan platform online memberikan kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar secara signifikan.		1	1	8
4	Kecenderungan global menuju produk yang berkelanjutan dan ramah lingkungan dapat meningkatkan permintaan terhadap tenun ikat.	1		2	7
5	Peluang untuk memperkuat dampak sosial melalui program CSR yang berfokus pada pemberdayaan komunitas lokal dan edukasi budaya.	1		2	7
No	Ancaman	Rating			
		1	2	3	4

1	Meningkatnya persaingan dari produk tekstil serupa yang dihasilkan secara massal dan lebih murah bisa mengancam pangsa pasar.	1		9	
2	Ketertgantungan pada bahan baku alami yang terbatas (seperti pewarna alami) bisa menjadi ancaman jika terjadi kelangkaan.	1	1	8	
3	Peningkatan regulasi lingkungan yang ketat dapat menambah beban biaya produksi.		2	2	6
4	Perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen modern yang lebih memilih produk instan dan lebih murah bisa mengurangi minat terhadap produk tradisional.	1	1	1	7
5	Ketidakpastian ekonomi global dan tantangan sosial seperti ketimpangan ekonomi dapat mengurangi daya beli konsumen.	1	1	2	6
6	Regenerasi dari kalangan muda yang kurang berminat untuk belajar bertenen, dan menjadikan tenun ikat sebagai profesi dapat menjadi ancaman terbesar dalam pelestarian tenun ikat sikka.		1		9

Uji Validitas

Validitas atau validity berarti sejauhmana alat ukur menjalankan fungsinya (Ramadhan et al., 2024). Uji validitas digunakan sebagai tolak ukur apakah kuesioner yang disebarakan valid atau tidak (Ghozali, 2020). Pengujian ini dilakukan untuk memvalidasi apakah kuesioner tersebut valid atau sah digunakan sebagai parameter penilaian. Indikator dalam setiap instrumen dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel (Meivira et al., 2022). pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis product moment. Hasil r hitung akan dibandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan taraf signifikan 5%. Semakin tinggi validitas instrumen menunjukkan semakin akurat alat pengukur itu mengukur suatu data (Amanda et al., 2019). Berikut merupakan hasil output SPSS dalam pengujian validitas data.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Data

Pernyataan	R - Hitung	R - Tabel	Keterangan
S1	0,974	0,576	Valid
S2	0,939	0,576	Valid
S3	0,901	0,576	Valid
S4	0,942	0,576	Valid
S5	0,983	0,576	Valid
S6	0,939	0,576	Valid
S7	0,939	0,576	Valid
W1	0,942	0,980	Valid
W2	0,847	0,576	Valid
W3	0,908	0,576	Valid
W4	0,909	0,576	Valid
W5	0,942	0,576	Valid
O1	0,937	0,576	Valid
O2	0,955	0,576	Valid
O3	0,955	0,576	Valid
O4	0,983	0,576	Valid
O5	0,983	0,576	Valid
T1	0,939	0,576	Valid
T2	0,906	0,576	Valid
T3	0,822	0,576	Valid

T4	0,908	0,576	Valid
T5	0,935	0,576	Valid
T6	0,939	0,576	Valid

Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah jawaban responden konsisten atau tidak. Dengan kata lain, kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas ini menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas data melalui skor hasil persepsi pada variabel (Sekaran & Bougie, 2020). Variabel dalam kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Ghozali, 2020). Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas, menunjukkan hasil Cronbach alpha untuk seluruh butir pertanyaan pada kuesioner menunjukkan angka 0.966 atau 96,6%. Sedangkan alpha pembandingan yang ditetapkan sebesar 0.60 atau 60%. Sehingga, data yang digunakan dikatakan konsisten atau reliabel.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Ketetapan Cronbach's Alpha	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
0,60	0.966	Reliabel

Perhitungan Bobot

Selanjutnya bobot diberikan berdasarkan tingkat kepentingan, mulai dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Bobot ini mencerminkan seberapa penting setiap faktor secara relatif. Total keseluruhan bobot harus sama dengan 1,0. Sebelum menentukan bobot dari hasil kuesioner, langkah yang dilakukan adalah menghitung jumlah pada setiap faktor berdasarkan jumlah responden dan rating yang diberikan. Berikut adalah hasil perhitungan bobot yang disajikan dalam bentuk tabel.

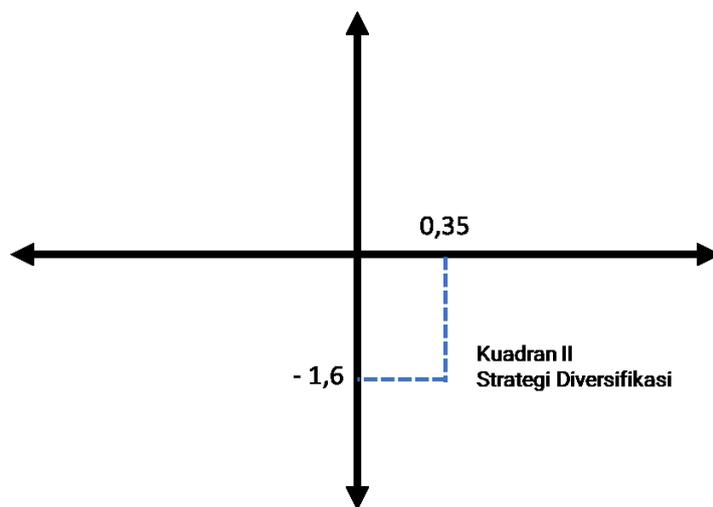
Tabel 9. Perhitungan Skor

No	Kekuatan	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
S1	Pelanggan yang beragam, mulai dari lokal hingga internasional, termasuk kolektor tekstil tradisional dan industri fesyen, menunjukkan potensi pasar yang luas dan setia.	36	0,083	3,6	0,30
S2	Produk berkualitas tinggi, dengan desain eksklusif dan ramah lingkungan, memberikan daya tarik kuat bagi pelanggan.	37	0,086	3,7	0,32
S3	Fokus pada produksi manual yang presisi, riset desain, dan pengembangan keterampilan memastikan produk tetap relevan dan berkualitas.	37	0,086	3,7	0,32
S4	Penggunaan bahan baku lokal dan alami (pewarna alami) yang mendukung keberlanjutan.	36	0,083	3,6	0,30
S5	Konservasi keanekaragaman hayati dan dukungan ekonomi sirkular menunjukkan dampak positif yang kuat terhadap lingkungan.	35	0,081	3,5	0,28
S6	Pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi lokal memperkuat keterlibatan komunitas dan identitas budaya.	37	0,086	3,7	0,32
S7	Adanya perlindungan berupa HAKI desain motif	37	0,086	3,7	0,32
Total		255	0,590		2,15
No	Kelemahan	Jumlah	Bobot	Rating	Skor

W1	Biaya produksi yang tinggi, termasuk upah pekerja dan bahan baku berkualitas, dapat menekan margin keuntungan.	36	0,092	3,6	0,30
W2	Terbatasnya akses ke pasar global secara langsung mungkin mengurangi penetrasi pasar.	36	0,094	3,6	0,30
W3	Kain tenun ikat membutuhkan perawatan khusus, yang bisa menjadi penghalang bagi konsumen modern yang mencari kenyamanan.	34	0,094	3,4	0,27
W4	Keterbatasan dalam program daur ulang dan rekondisi produk bisa menjadi kelemahan dalam menghadapi tantangan keberlanjutan jangka panjang.	35	0,089	3,5	0,28
W5	Keterbatasan dalam jumlah pekerja terampil dan pelatihan yang memadai dapat mempengaruhi kualitas produksi dan inovasi.	36	0,089	3,6	0,30
Total Kelemahan		177	0,410		1,45
Total IFAS (Kekuatan + Kelemahan)		432	1		3,60
No.	Peluang	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
O1	Peningkatan permintaan untuk produk yang dibuat secara etis dan ramah lingkungan dapat membuka pasar baru.	36	0,092	3,6	3,6
O2	Kolaborasi dengan desainer fesyen nasional dan internasional dan institusi budaya bisa meningkatkan visibilitas dan reputasi berskala nasional dan global.	37	0,094	3,7	3,7
O3	Pemanfaatan e-commerce dan platform online memberikan kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar secara signifikan.	37	0,094	3,7	3,7
O4	Kecenderungan global menuju produk yang berkelanjutan dan ramah lingkungan dapat meningkatkan permintaan terhadap tenun ikat.	35	0,089	3,5	3,5
O5	Peluang untuk memperkuat dampak sosial melalui program CSR yang berfokus pada pemberdayaan komunitas lokal dan edukasi budaya.	35	0,089	3,5	3,5
Total Peluang		180	0,459		18
No.	Ancaman	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
T1	Meningkatnya persaingan dari produk tekstil serupa yang dihasilkan secara massal dan lebih murah bisa mengancam pangsa pasar.	37	0,094	3,7	3,7
T2	Ketergantungan pada bahan baku alami yang terbatas (seperti pewarna alami) bisa menjadi ancaman jika terjadi kelangkaan.	36	0,092	3,6	3,6
T3	Peningkatan regulasi lingkungan yang ketat dapat menambah beban biaya produksi.	34	0,087	3,4	3,4
T4	Perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen modern yang lebih memilih produk instan dan lebih murah bisa mengurangi minat terhadap produk tradisional.	34	0,087	3,4	3,4
T5	Ketidakpastian ekonomi global dan tantangan sosial seperti ketimpangan ekonomi dapat mengurangi daya beli konsumen.	33	0,084	3,3	3,3
T6	Regenerasi dari kalangan muda yang kurang berminat untuk belajar bertenen, dan menjadikan tenun ikat sebagai profesi dapat menjadi ancaman terbesar dalam pelestarian tenun ikat sikka.	38	0,097	3,8	3,8
Total ancaman		212	0,541		21,2
Total EFAS (Peluang + Ancaman)		392	1		39,2

1. Faktor IFE: (Kekuatan-Kelemahan)/2
: $(2,15 - 1,45)/2$
: 0,35
2. Faktor EFE: (Peluang-Ancaman)/2
: $(18 - 21,2)/2$
: -1,6

Gambar 2. Kuadran SWOT



Dari hasil perhitungan tabel IFAS dan EFAS didapatkan nilai IFAS sebesar 0,35 dan skor untuk hasil EFAS sebesar -1,6. Adapun strategi yang dapat diterapkan sebagai berikut:

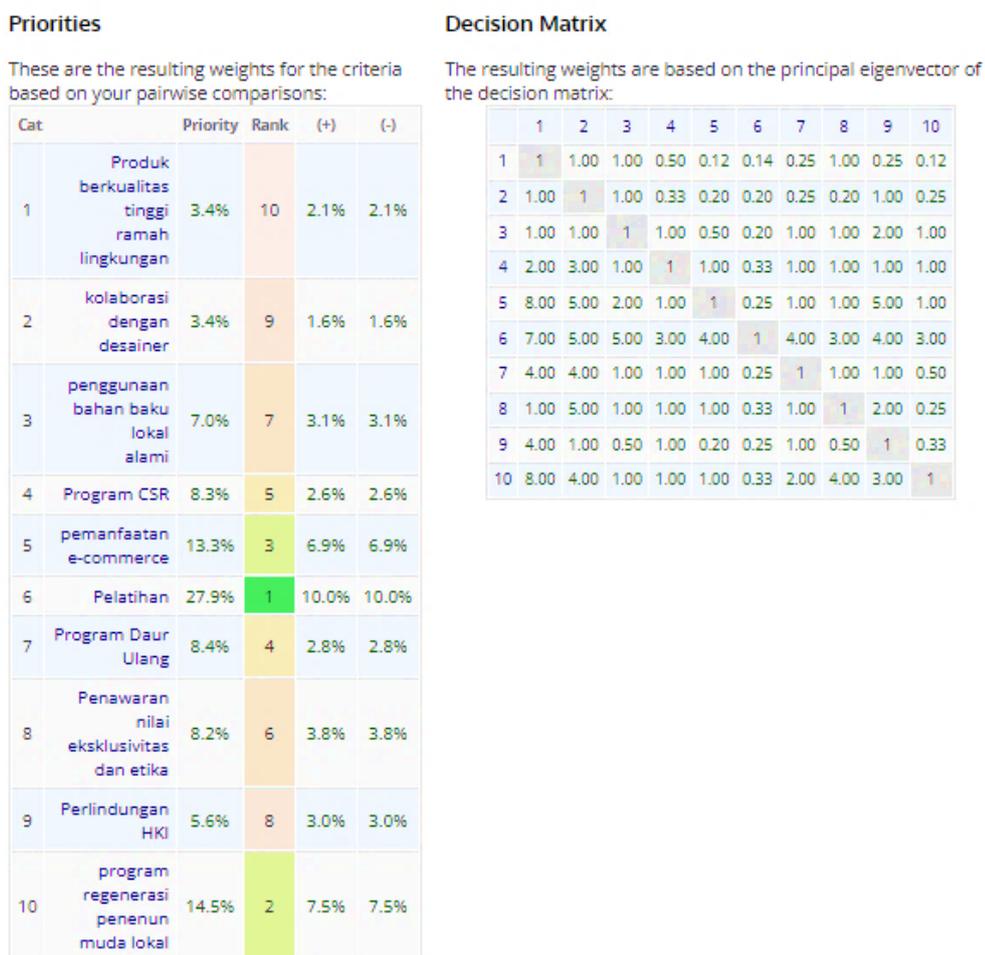
Tabel 10. Matriks SWOT

	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
Faktor Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan yang beragam, mulai dari lokal hingga internasional, termasuk kolektor tekstil tradisional dan industri fesyen, menunjukkan potensi pasar yang luas dan setia. 2. Produk berkualitas tinggi, dengan desain eksklusif dan ramah lingkungan, memberikan daya tarik kuat bagi pelanggan. 3. Fokus pada produksi manual yang presisi, riset desain, dan pengembangan keterampilan memastikan produk tetap relevan dan berkualitas. 4. Penggunaan bahan baku lokal dan alami (pewarna alami) yang mendukung keberlanjutan. 5. Konservasi keanekaragaman hayati dan dukungan ekonomi sirkular 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya produksi yang tinggi, termasuk upah pekerja dan bahan baku berkualitas, dapat menekan margin keuntungan. 2. Terbatasnya akses ke pasar global secara langsung mungkin mengurangi penetrasi pasar. 3. Kain tenun ikat membutuhkan perawatan khusus, yang bisa menjadi penghalang bagi konsumen modern yang mencari kenyamanan. 4. Keterbatasan dalam program daur ulang dan rekondisi produk bisa menjadi kelemahan dalam menghadapi tantangan keberlanjutan jangka panjang.

<p>Faktor Eksternal</p>	<p>menunjukkan dampak positif yang kuat terhadap lingkungan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi lokal memperkuat keterlibatan komunitas dan identitas budaya. 7. Adanya perlindungan berupa HAKI desain motif 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Keterbatasan dalam jumlah pekerja terampil dan pelatihan yang memadai dapat mempengaruhi kualitas produksi dan inovasi.
<p>Peluang (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan permintaan untuk produk yang dibuat secara etis dan ramah lingkungan dapat membuka pasar baru. 2. Kolaborasi dengan desainer fesyen nasional dan internasional dan institusi budaya bisa meningkatkan visibilitas dan reputasi berskala nasional dan global. 3. Pemanfaatan e-commerce dan platform online memberikan kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar secara signifikan. 4. Kecenderungan global menuju produk yang berkelanjutan dan ramah lingkungan dapat meningkatkan permintaan terhadap tenun ikat. 5. Peluang untuk memperkuat dampak sosial melalui program CSR yang berfokus pada pemberdayaan komunitas lokal dan edukasi budaya. 	<p>Strategi SO (Growth)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan keberagaman pelanggan (S1) dan produk berkualitas tinggi (S2) untuk menarik konsumen etis dan ramah lingkungan yang sedang meningkat (O1, O4). 2. Kolaborasi dengan desainer nasional dan internasional (O2) dapat memanfaatkan desain eksklusif dan berkelanjutan (S2, S4) untuk meningkatkan visibilitas dan memperluas pasar global. 3. Penggunaan bahan baku lokal dan alami (S4) selaras dengan tren global menuju produk berkelanjutan (O4), sehingga bisa menjadi daya tarik utama dalam e-commerce dan platform online (O3). 4. Pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi lokal (S6) dapat diperkuat dengan program CSR (O5) yang berfokus pada edukasi budaya dan pemberdayaan komunitas lokal, sehingga meningkatkan keterlibatan konsumen dan citra merek. 	<p>Strategi WO (Stability)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengurangi biaya produksi (W1) melalui kolaborasi dengan desainer nasional dan internasional (O2), yang dapat membantu menciptakan model bisnis yang lebih efisien dan meningkatkan penjualan di pasar global (O3). 2. Mengatasi keterbatasan akses ke pasar global (W2) dengan memanfaatkan e-commerce (O3) untuk memperluas jangkauan, sehingga memperluas penetrasi pasar. 3. Mengatasi keterbatasan pekerja terampil (W5) melalui pelatihan yang terhubung dengan program CSR (O5), guna memperkuat sumber daya manusia dan inovasi. 4. Meningkatkan program daur ulang (W4) dengan mengikuti tren produk ramah lingkungan (O1, O4) untuk meningkatkan keberlanjutan jangka panjang.
<p>Ancaman (Threat)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya persaingan dari produk tekstil serupa yang dihasilkan secara massal dan lebih murah bisa mengancam pangsa pasar. 2. Ketergantungan pada bahan baku alami yang terbatas (seperti pewarna alami) bisa menjadi ancaman jika terjadi kelangkaan. 3. Peningkatan regulasi lingkungan yang ketat dapat menambah beban biaya produksi. 4. Perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen modern yang lebih memilih produk instan dan lebih murah bisa 	<p>Strategi ST (Diversification)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keberagaman pelanggan dan kualitas produk (S1, S2) dapat menjadi strategi untuk mengatasi ancaman dari produk massal dan lebih murah (T1) dengan menawarkan nilai eksklusivitas dan etika. 2. Penggunaan bahan baku lokal (S4) dan desain yang dilindungi HAKI (S7) dapat membantu mengatasi persaingan dengan produk tekstil serupa yang lebih murah (T1) dengan mempromosikan nilai keunikan dan keaslian. 3. Konservasi keanekaragaman hayati (S5) dapat dijadikan sebagai strategi pemasaran yang kuat untuk mengimbangi perubahan gaya hidup 	<p>Strategi WT (Defend)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya produksi yang tinggi (W1) perlu ditangani dengan mencari solusi keberlanjutan yang lebih murah untuk menghadapi regulasi lingkungan (T3) dan ancaman kelangkaan bahan baku alami (T2). 2. Mengatasi keterbatasan pekerja terampil (W5) dengan program regenerasi pekerja (T6) melalui edukasi yang lebih efektif dan pelatihan di komunitas lokal. 3. Memperluas pasar global (W2) untuk mengatasi ketidakpastian ekonomi lokal (T5), dengan memanfaatkan e-

- mengurangi minat terhadap produk tradisional.
5. Ketidakpastian ekonomi global dan tantangan sosial seperti ketimpangan ekonomi dapat mengurangi daya beli konsumen.
 6. Regenerasi dari kalangan muda yang kurang berminat untuk belajar bertenen, dan menjadikan tenun ikat sebagai profesi dapat menjadi ancaman terbesar dalam pelestarian tenun ikat sikka.
 4. Pelestarian budaya (S6) bisa menjadi cara untuk menangani ancaman regenerasi dari kalangan muda (T6) dengan menggalakkan pendidikan budaya yang lebih menarik bagi generasi muda.
 4. Meningkatkan kenyamanan produk (W3) untuk menarik konsumen modern yang mencari produk lebih praktis guna menghadapi perubahan gaya hidup (T4).

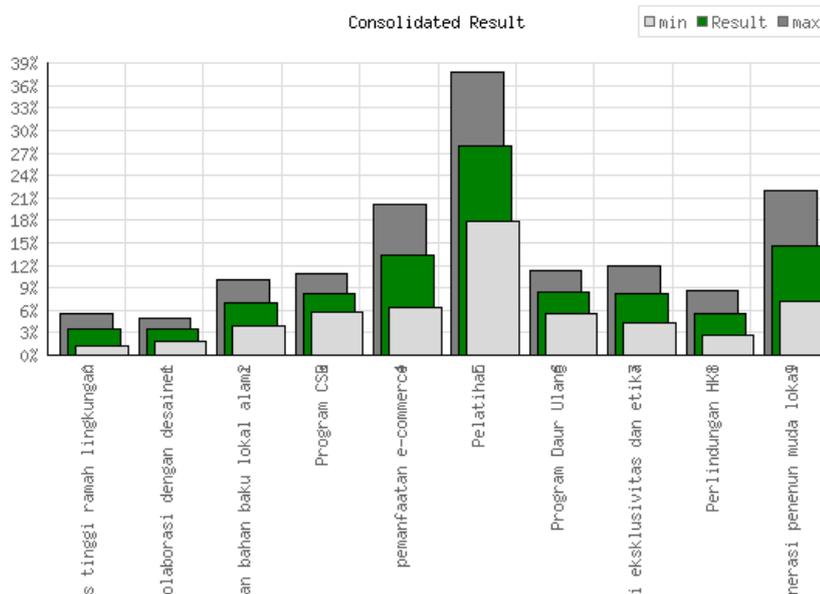
Gambar 3. Perhitungan AHP



Hasil rasio konsistensi sebesar 7,3 persen atau $0,073 < 0,100$ yang menunjukkan bahwa responden dalam pengambilan keputusan menjawab pertanyaan adalah konsisten. Jika diurutkan berdasarkan gambar alternatif strategi yang paling diprioritaskan untuk strategi industri kreatif tenun ikat sikka yang paling diprioritaskan yaitu 1 pelatihan, 2) program regenerasi penenun muda lokal, 3) Pemanfaatan E-Commerce, 4) Program Daur Ulang, 5) Program CSR, 6) Penawaran nilai eksklusivitas dan etika, 7) Penggunaan bahan baku lokal

alami, 8) perlindungan HKI, 9) kolaborasi dengan desainer, dan 10) produk berkualitas tinggi dan ramah lingkungan.

Gambar 4 . Hasil Perengkingan AHP



Berdasarkan hasil analisis, maka di dapatkan penambahan item di dalam dua layer TLBMC yaitu pada layer ekonomi dan layer lingkungan masing-masing sebagai berikut.

– **Layer Ekonomi**

1. Customer relationships: Komunitas pelanggan dan penggemar tenun ikat
2. Customer segments: industri fesyen yang mencari bahan unik/etnik, khas daerah
3. Key resources: jaringan distribusi
4. Channels: pemanfaatan e-commerce, kemitraan dengan toko souvenir daan museum
5. Cost structure: biaya pelatihan dan pengembangan

– **Layer Lingkungan**

1. End of life: pengolahan benang tenun yang sudah tidak terpakai menjadi benang daur ulang
2. Materials: penambahan kemasan ramah lingkungan yang digunakan untuk produk tenun ikat
3. Distribution: partisipasi dalam pameran budaya di luar negeri

Sedangkan pada lapisan sosial, tidak ada penambahan dari pemetaan strategi industri yang telah berjalan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Sentra Jata Kapa membutuhkan strategi diversifikasi untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapinya serta memanfaatkan kekuatan internal yang dimilikinya sesuai dengan prioritas strategi yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil analisis TLBMC (*Triple Layer Business Model Canvas*), ditemukan bahwa aspek ekonomi dan lingkungan memerlukan penyesuaian agar lebih sejalan dengan prinsip keberlanjutan yang diharapkan. Penyesuaian ini diharapkan dapat memperkuat fondasi bisnis Sentra Jata Kapa, sehingga mampu mendukung pertumbuhan jangka Panjang.

Selain itu, implementasi strategi diversifikasi ini diprediksi mampu meningkatkan produktivitas melalui pengembangan sektor industri kreatif, khususnya dalam produksi tenun ikat sikka. Dengan peningkatan produktivitas tersebut, diharapkan terjadi perbaikan kesejahteraan Masyarakat yang terlibat dalam industri ini. Tak hanya itu, strategi ini juga dapat memperluas pangsa pasar dan memperkuat posisi tenun ikat sikka, baik di pasar nasional maupun internasional. Keberlanjutan melihat dari ketiga layer TLBMC menjadi kunci penting untuk memastikan kelangsungan industri ini di masa depan. Melalui upaya yang terencana, Sentra Jata Kapa diharapkan menjadi pemain penting dalam industri kreatif berbasis budaya.

REFERENSI

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Anggraeni, N. N., & Wibowo, R. (2021). Analisis Pengembangan Kombucha Cascara Pada UD. Matt Coffe dengan Pendekatan Triple Layered Business Model Canvas. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 14(1), 19–31. <https://doi.org/10.19184/jsep.v14i1.19871>
- Arikunto, S. (2022). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Reinika Cipta.
- BPS. (2023). *Persentase Penduduk Miskin (P0) Menurut Provinsi dan Daerah (Persen), 2023*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTkylzI=/persentase-penduduk-miskin--maret-2023.html>
- Deni, G. R. (2023). Perancangan Perlengkapan Busana Berbahan Dasar Tenun Tradisional Sumbawa. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(1), 819–833. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4763>
- García-Muiña, F. E., Medina-Salgado, M. S., Ferrari, A. M., & Cucchi, M. (2020). Sustainability Transition in Industry 4.0 and Smart Manufacturing with the Triple-Layered Business Model Canvas. *Sustainability*, 12(6), 2364. <https://doi.org/10.3390/su12062364>
- Ghozali. (2020). *Reliabilitas*. In A. Marzuki, C. Armereo, & P. F. Rahayu, *Praktikum Statistik* (p. 66). Ahli Media Press.
- Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*, 135, 1474–1486. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.067>
- Kemenperin. (2019). Ada 7 Tantangan Industri di Tanah Air, Kemenperin Siapkan Solusinya. *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*. <https://kemenperin.go.id/artikel/21303/Ada-7-Tantangan-Industri-di-Tanah-Air,-Kemenperin-Siapkan-Solusinya>
- Kemenperin. (2020). Tumbuhkan Industri Kreatif Berkelanjutan, Kemenperin Gelar Creative Fest 2020. *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*. Tumbuhkan Industri Kreatif Berkelanjutan, Kemenperin Gelar Creative Fest 2020
- Meivira, A., Dewi, N. M. A. R., & Puspitasari, C. E. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penggunaan dan Penyimpanan Antibiotika di Kecamatan Ampenan. *Archives Pharmacia*, 4(1).
- Nikmah, N. L. J., & Magfiroh, I. S. (2022). Strengthening and Developing The Sustainable Business Model Canvas Approach. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jsep.v15i1.29363>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Aligning profit and purpose through business model innovation*. n: Palazzo G, Wentland M (eds) *Responsible management practices for the 21st century, 1st edn*. Pearson International.

- Oyinlola, M., Schröder, P., Whitehead, T., Kolade, O., Wakunuma, K., Sharifi, S., Rawn, B., Odumuyiwa, V., Lendelvo, S., Brighty, G., Tijani, B., Jaiyeola, T., Lindunda, L., Mtonga, R., & Abolfathi, S. (2022). Digital innovations for transitioning to circular plastic value chains in Africa. *Africa Journal of Management*, 8(1), 83–108. <https://doi.org/10.1080/23322373.2021.1999750>
- Pardalis, G., Mahapatra, K., & Mainali, B. (2020). A triple-layered one-stop-shop business model canvas for sustainable house renovations. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 588(2), 022060. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/588/2/022060>
- Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and Reliabilitas . *Journal on Education*, 6(2), 10967–10975.
- SDGs. (2023). Sustainable Development Goals Fund. *Sdgsfund.Org*. <https://www-sdgsfund-org>.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods For Business A Skill Building Approach*. Asia Edition Hoboken.
- Suriyani, A., Saleh, S., & Akhmad. (2023). Program Inovasi Bina Manusia Dalam Pemberdayaan Kelompok Penenun Di Sentra Tenun Ikat Jata Kapa Kabupaten Sikka Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 288–297.
- Susanto, M. S., Najib, M., & Ekananta, A. (2021). Perencanaan Strategik Berorientasi Keberlanjutan Bisnis Menggunakan Triple Layer Business Model Canvas Studi Kasus: GHI Training. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 428–439. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.2.428>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian, Pub. L. No. 3 (2014).